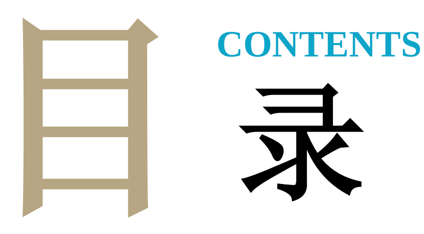




赛诺通讯

中国移动电话零售监测网会员赠刊 第133期2010年7月
赛诺市场研究公司——中国通信研究的领导者

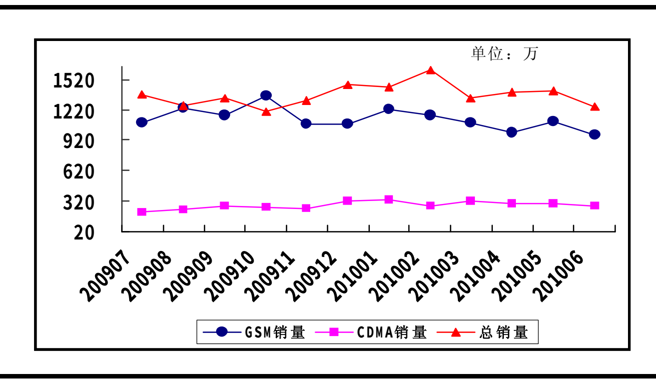




赛诺通讯

2010年07月总第133期

■ 市场点评 04-11



■ 封面推荐 12-14

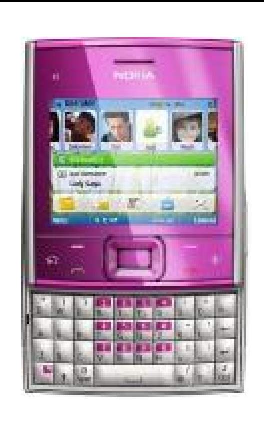
打造专属“YOU”的精彩

——多普达举办TD新品A6388 A8188

发布会暨沟通厅欢迎仪式




■ 手机大看台 15-17





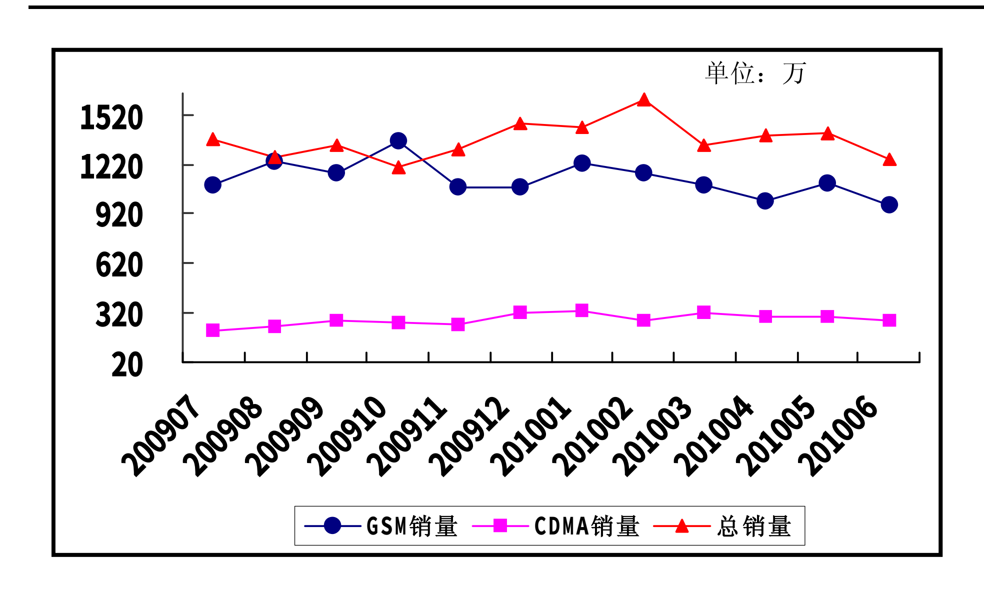






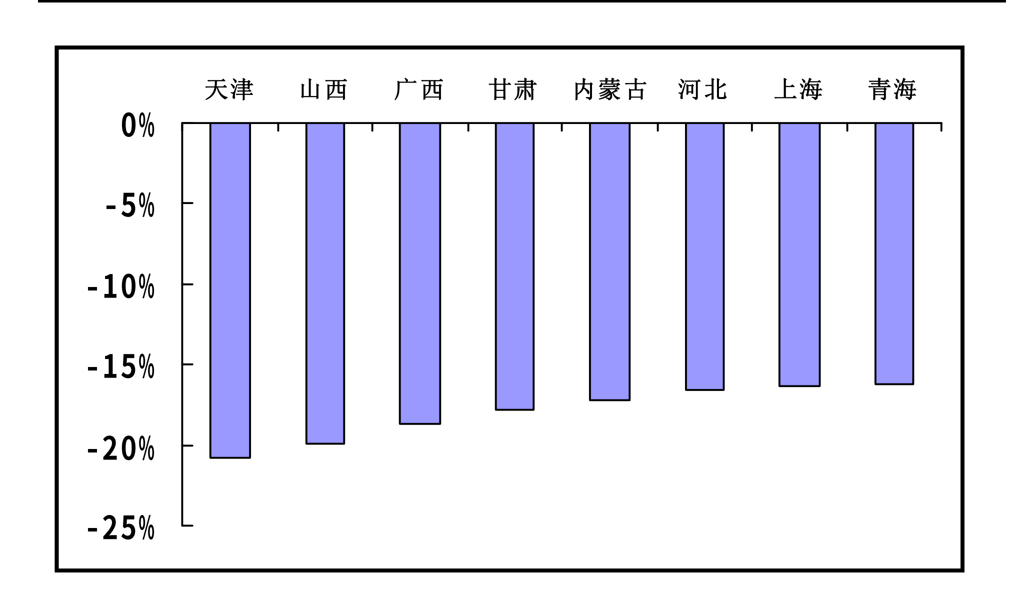
本刊资料及观点仅供参考，不作为投资依据。

全国手机销量（GSM+CDMA）趋势图



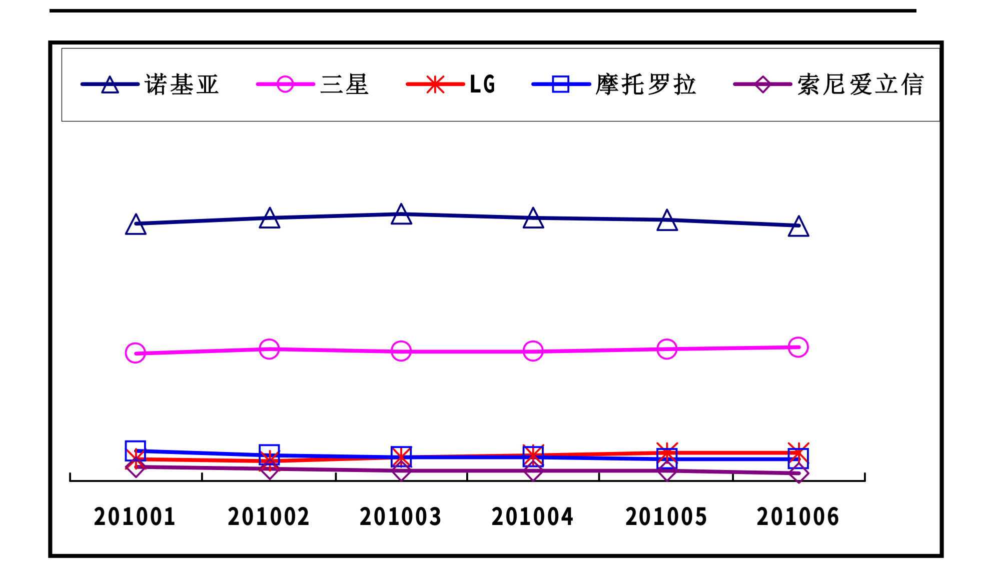
随着5月促销季节的结束，2G市场出现下滑，其中GSM销量回落，环比下降12.1%，较去年同期下降3.1%，CDMA1X市场也较上月下降5.0%；另一方面，3G市场继续保持良好发展势头，较五月份增长7.5%。

销量（GSM）降幅最大的省份



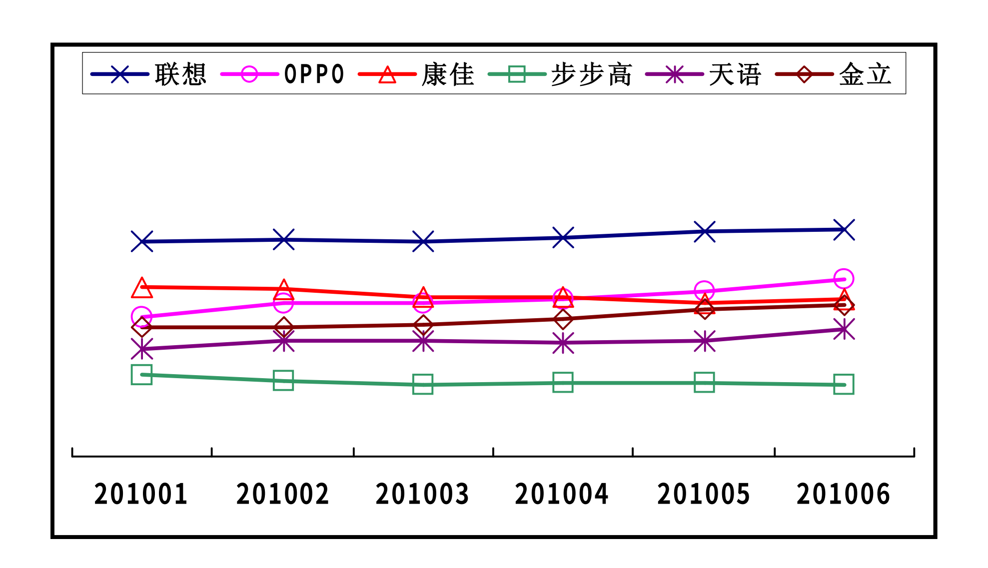


部分国外品牌变动趋势图(GSM)

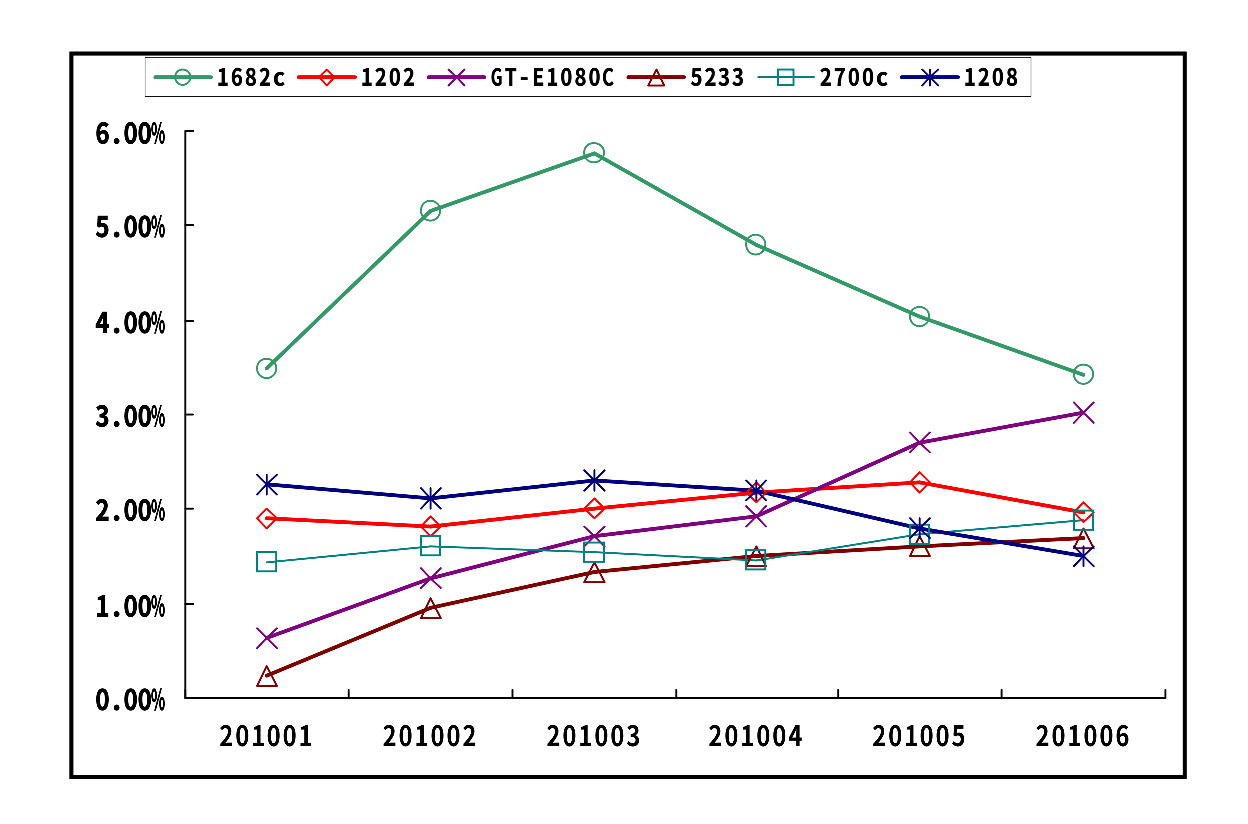


6 月，GSM 市场，除 1500-2000 元价格段外，其他各价格段均出现不同程度萎缩。其中，700-1000 元和 2000-3000 元价格段占比分别下滑 0.4%和 1.3%。另外，由于诺基亚在 GSM 市场下滑，国产品牌份额较上个月提升 0.8%，OPPO 和 BBK 增幅明显。

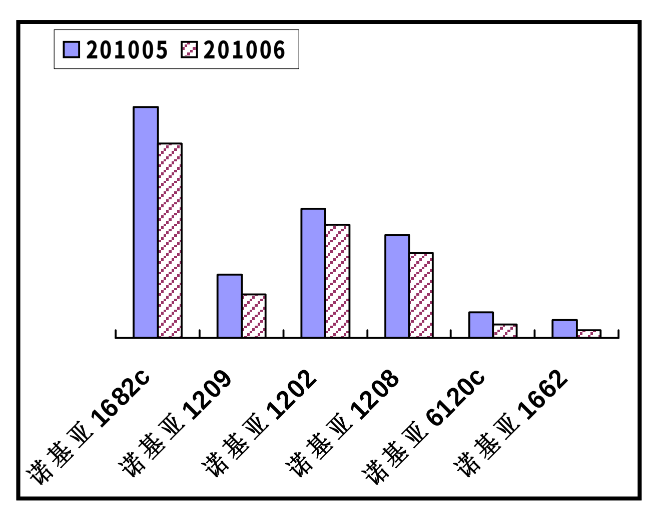
部分国产品牌变动趋势图(GSM)



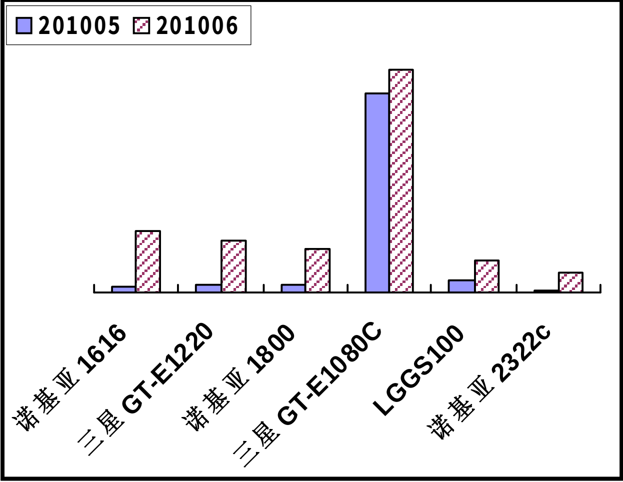
最畅销的前6款机型变动趋势(GSM)



全国降幅最多的机型

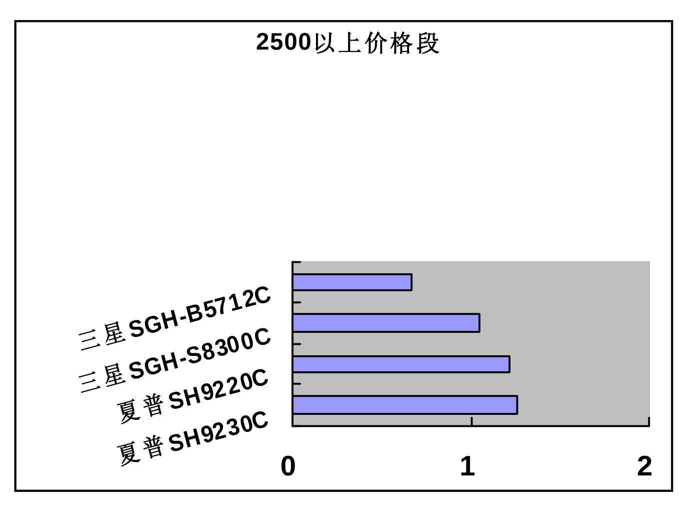


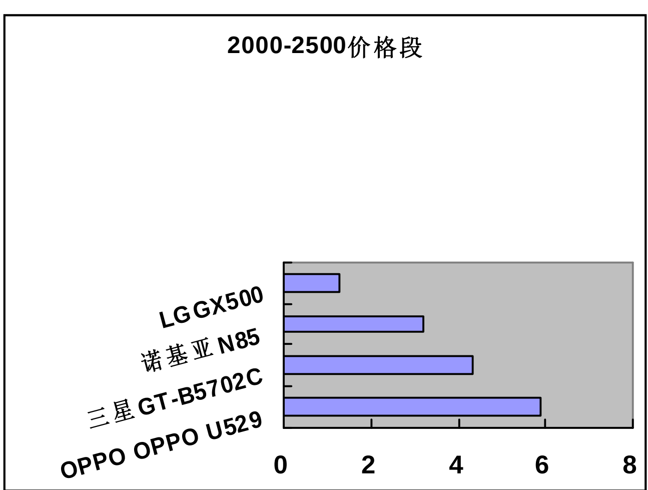
全国升幅最多的机型

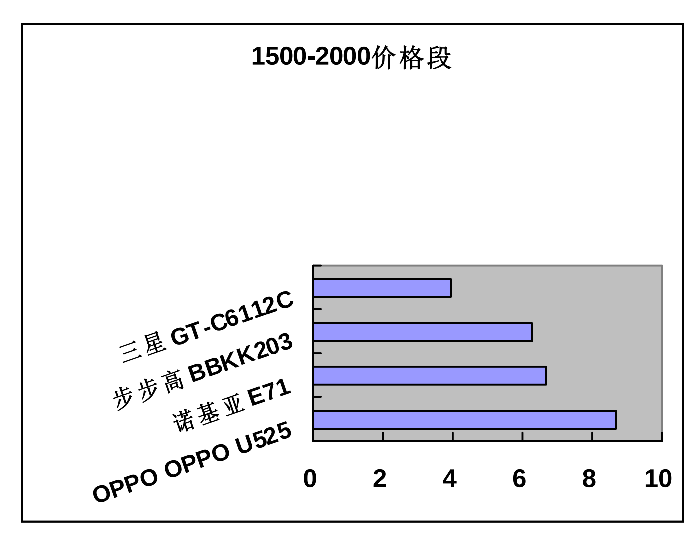


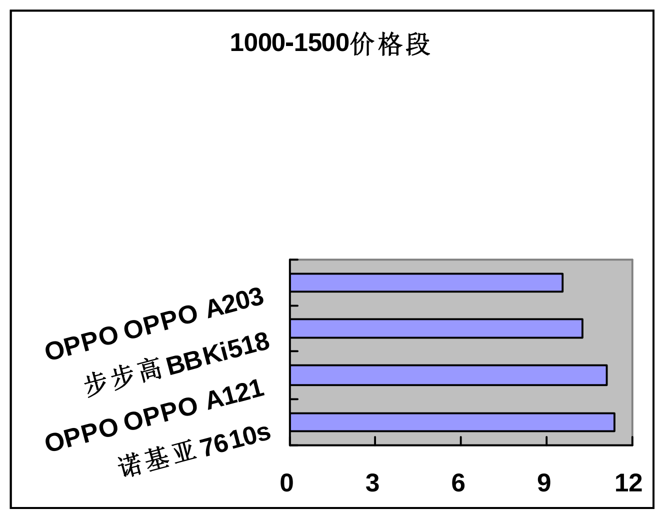


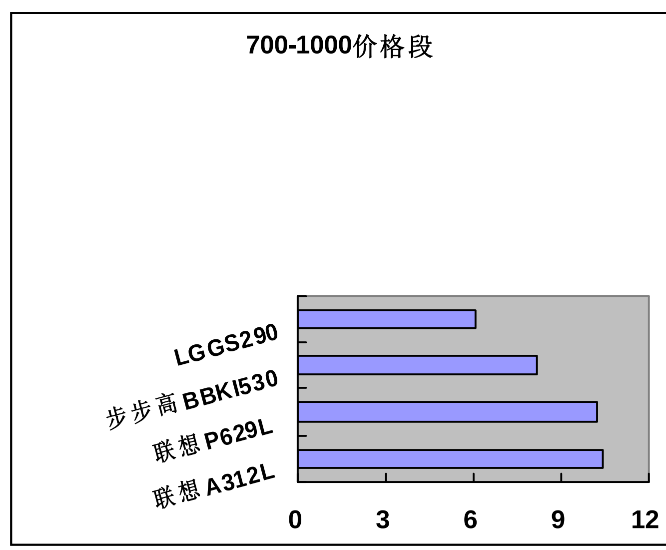
不同价格档次的明星机型(GSM)

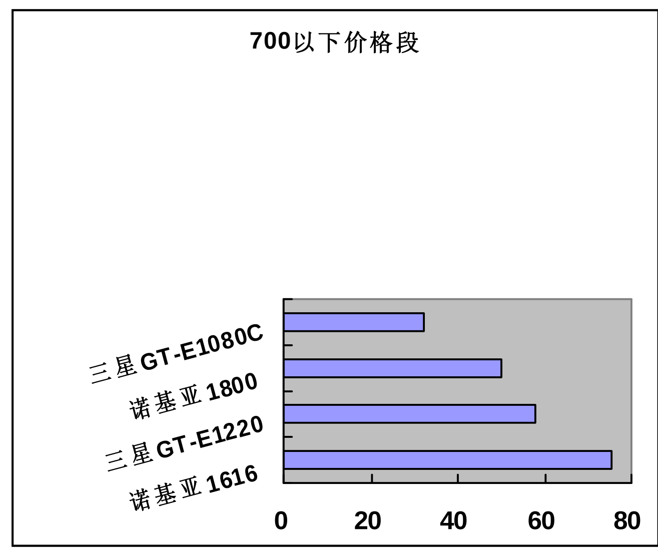








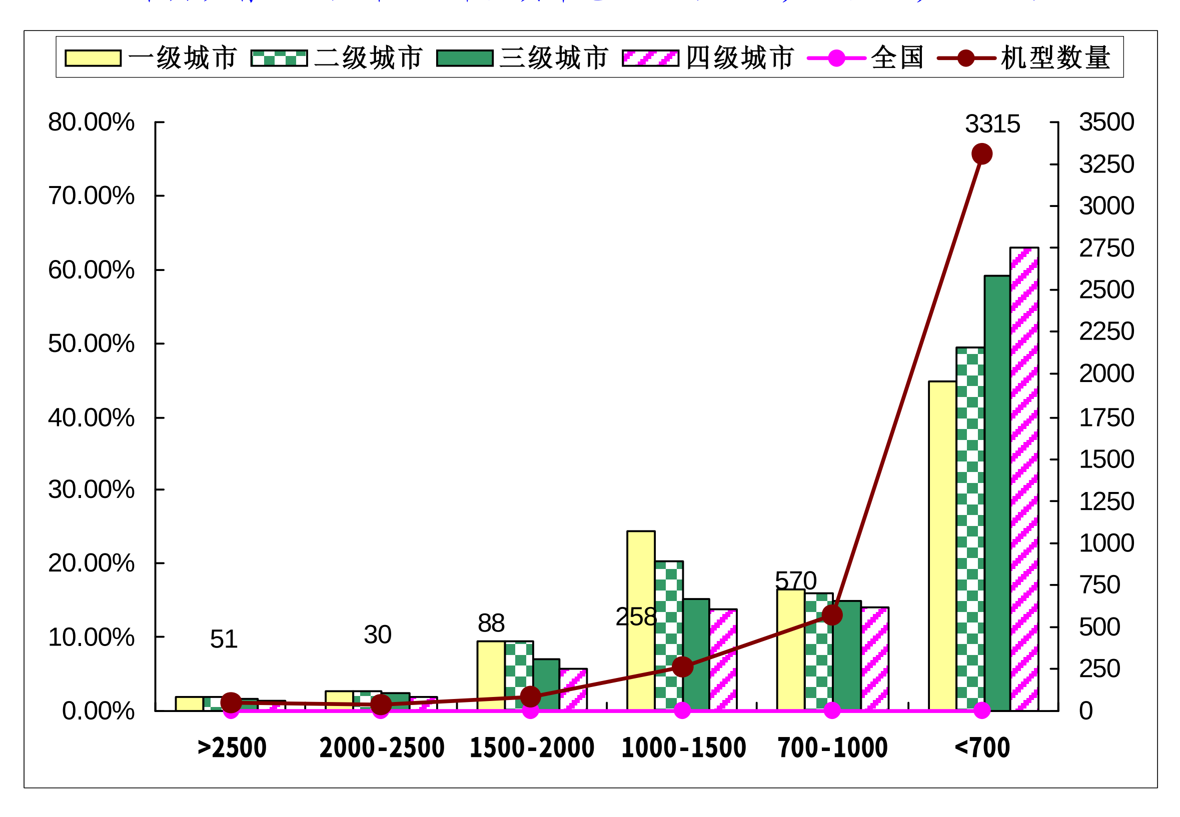




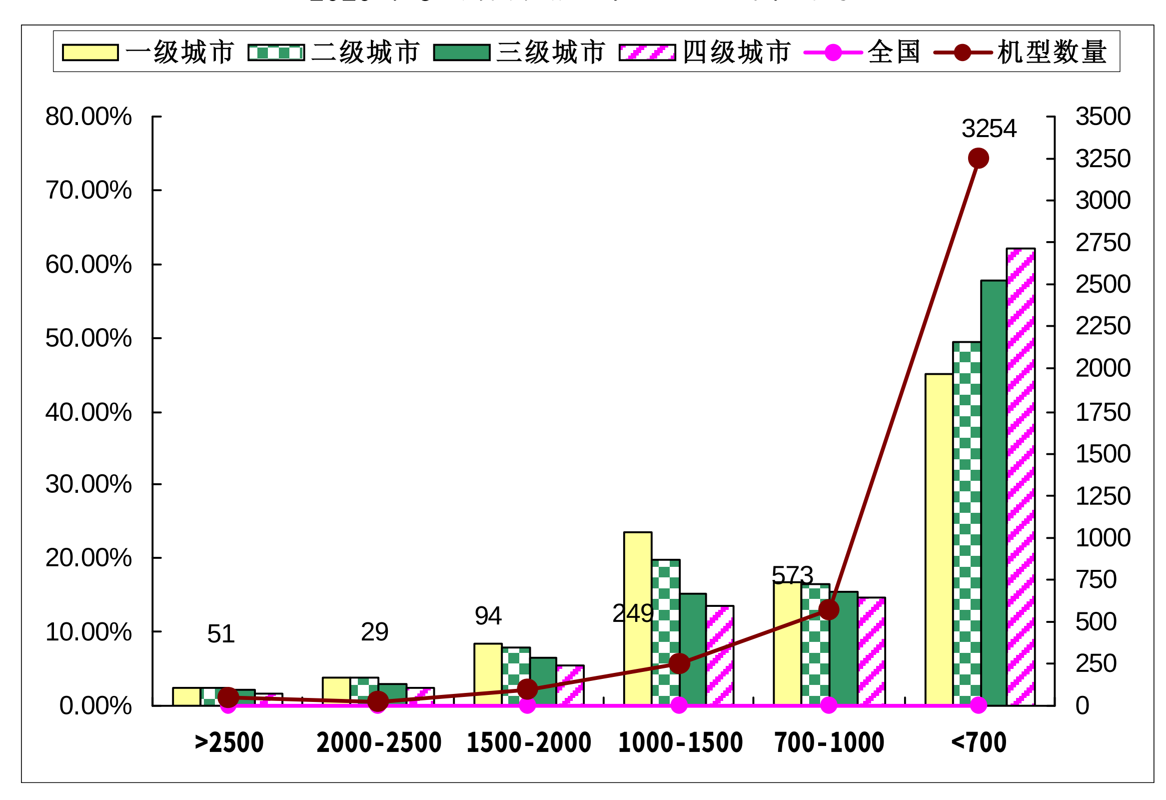
注：图例为分价格段份额涨幅最大的前4名机型（横坐标值为涨幅）

2010 年 6 月各价格段不同级别城市的对比

本月共有 **140** 款新品上市，其中包括 **91** 款 **GSM** 产品，**3G** 产品 **40** 款。



2010 年 5 月各价格段不同级别城市的对比





全国30个省份明星机型平均价格表

北部省份		
省份	型号	价格
北京	GT-E1080C	197
	5233	1232
	E71	1927
	2700c	641
	2680s	549
河北	1202	185
	2700c	660
	5130XM	766
	5000	486
	E66n	1647
黑龙江	1202	184
	SGH-E1070C	191
	1208	204
	GT-E1088C	196
	1616	260
内蒙古	1202	187
	1682c	291
	X3n	1135
	1208	208
	2700c	660
吉林	1202	187
	1208	207
	GS100	192
	1661	294
	5130XM	790
辽宁	GT-E1220	294
	1202	186
	GT-E1080C	205
	1208	206
	2700c	668
山西	1202	184
	1208	205
	5130XM	766
	2700c	662
	2220S	475
天津	1202	187
	5233	1200
	GT-E1088C	195
	1208	205
	E71	1910

南部省份		
省份	型号	价格
福建	1682c	288
	GT-E1080C	208
	SGH-E1120C	267
	WX260	296
	E66n	1662
广东	1682c	295
	2700c	681
	5233	1225
	5000	496
	2220S	499
广西	1202	175
	2700c	648
	1682c	295
	5000	473
	GT-E1080C	201
海南	2332c	492
	GT-E1220	287
	SGH-E1120C	249
	GT-E1080C	210
	2700c	669
湖南	2700c	667
	5000	480
	1202	187
	1208	209
	2220S	473
江西	1202	186
	1208	206
	1682c	300
	1209	223
	5000	496

西部省份		
省份	型号	价格
重庆	2220S	483
	5000	490
	2700c	661
	1682c	284
	5233	1226
甘肃	B920	560
	GT-E1080C	222
	5310xm	932
	2680s	539
	1680c	328
贵州	1682c	294
	GT-E1080C	212
	1208	209
	SGH-E1110C	243
	ZTE-A211	200
河南	1682c	288
	GT-E1080C	209
	1208	206
	5000	489
	5233	1220
湖北	2700c	666
	5233	1164
	X3n	1104
	2220S	480
	5130XM	744
宁夏	1680c	335
	1682c	299
	2680s	554
	2700c	697
	GT-S3601C	717
青海	1202	191
	1208	203
	5130XM	797
	E66n	1680
	3208C	1104
陕西	2700c	650
	1682c	284
	T209	150
	2220S	486
	5130XM	762

东部省份		
省份	型号	价格
安徽	GT-E1080C	201
	2322c	326
	GT-E1220	290
	1682c	290
	E156	299
江苏	GT-E1080C	206
	1682c	287
	E268	387
	A201	1693
	W230	277
山东	KP108	181
	1208	205
	1202	186
	GT-E1088C	199
	1682c	288
上海	5233	1191
	2700c	648
	3208C	1010
	GB101	180
	SGH-E1070C	195
浙江	1682c	290
	SGH-E1120C	270
	GT-E1220	300
	2700c	658
	1202	188

西部省份		
省份	型号	价格
四川	1682c	292
	2332c	467
	E268	383
	5000	501
	5233	1238
新疆	2700c	664
	5130XM	772
	1616	258
	3208C	1056
	5233	1225
云南	2700c	678
	X3n	1102
	1208	208
	2220S	499
	GT-E1080C	211

各省不同价位档次的畅销机型(GSM)

		>2500			2000-2500			1500-2000		
东区	安徽	N97	SGH-S8300C	N96	N85	GT-B5702C	OPPO U529	E66n	E71	A201
	江苏	N97	SGH-S8300C	GT-S8000C	N85	OPPO U529	GT-B5702C	A201	E71	E66n
	山东	SGH-B5712C	SGH-S8300C	GT-S8000C	GT-B5702C	N85	5800XM	A201	E71	E66n
	上海	SH6228C	N97	SH9130C	N85	SH9120C	OPPO U529	E71	E66n	A201
	浙江	N97	GT-S8000C	SGH-S8300C	N85	GT-B5702C	OPPO U529	E71	E66n	A201
北区	北京	N97	N96	Dopod A6188	OPPO U529	GT-B5702C	SGH-i908L	E71	E66n	A201
	河北	SGH-S8300C	N97	SGH-B5712C	N85	GT-B5702C	OPPO U529	E66n	E71	A201
	黑龙江	SGH-B5712C	SGH-S8300C	N97	N85	GT-B5702C	SGH-S7350C	E66n	E71	GT-C6112C
	内蒙古	N97	SGH-B5712C	SGH-S8300C	GT-B5702C	N85	5800XM	E71	E66n	A201
	吉林	N97	SGH-B5712C	SGH-S8300C	5800XM	5802XM	GT-B5702C	E71	E66n	5530XM
	辽宁	N97	N95	SGH-B5712C	N85	GT-B5702C	OPPO U529	E66n	E71	A201
	山西	SGH-S8300C	GT-S8000C	SGH-B5712C	GT-B5702C	N85	OPPO U529	E66n	E71	A201
	天津	N95	N97	SGH-S8300C	N85	5800XM	GT-B5702C	E71	E66n	oppo A520
南区	福建	SGH-B5712C	N97	SGH-S8300C	N85	5800XM	GT-B5702C	E66n	E71	5530XM
	广东	SGH-S8300C	N97	N95	N85	GT-B5702C	5802XM	E66n	5530XM	A201
	广西	SGH-B5712C	SGH-S8300C	GT-S8000C	N85	5800XM	GT-B5702C	E66n	A201	5530XM
	海南	N97	SGH-B5712C	SGH-S8300C	GT-B5702C	5800XM	SGH-S7350C	E66n	5530XM	A201
	湖南	N97	SGH-S8300C	N95	N85	5800XM	GT-B5702C	E66n	E71	A201
	江西	N97	N95	SGH-S8300C	5800XM	N81	N85	E66n	E71	OPPO F19
西区	重庆	SGH-S8300C	GT-S8000C	SGH-M8800C	N85	OPPO U529	SGH-i908L	5530XM	E71	E66n
	甘肃	8800a CA	SGH-S8300C	N97	5802XM	GT-B5702C	SGH-D888	E71	E66n	A201
	贵州	N95	N97	SGH-S8300C	N85	5802XM	5800XM	E66n	5530XM	A201
	河南	N95	SGH-S8300C	N97	N85	GT-B5702C	OPPO U529	E66n	A201	E71
	湖北	N97	SGH-S8300C	N96	N85	SH9120C	OPPO U529	E71	5530XM	E66n
	宁夏	N82N	N96	SGH-S8300C	N81	5802XM	GT-B5702C	E66n	E71	DOOV S818
	青海	SGH-S8300C	N95	8800a GA	N85	GT-B5702C	N81	E66n	A201	E71
	陕西	N97	N96	SGH-S8300C	N85	GT-B5702C	5800XM	E71	E66n	A201
	四川	GT-S8000C	SGH-S8300C	SGH-B5712C	N85	5802XM	N81	E66n	E71	5530XM
	新疆	N96	SGH-S8300C	SGH-B5712C	N85	GT-B5702C	5800XM	E66n	E71	6600s
	云南	N96	SGH-S8300C	N97	N85	SGH-S7350C	OPPO U529	E66n	A201	oppo A520



各省不同价位档次的畅销机型(GSM)

		1000-1500			700-1000			<700		
	安徽	5233	3208C	X3n	5130XM	oppo A100	5310xm	GT-E1080C	2322c	GT-E1220
	江苏	5233	GT-S5230C	3208C	5130XM	oppo A100	oppo A90	GT-E1080C	1682c	E268
东区	山东	5233	GT-S5230C	X3n	5130XM	GT-S3601C	oppo A100	KP108	1208	1202
	上海	5233	3208C	GT-S3650C	GT-S3601C	oppo A100	5130XM	2700c	GB101	SGH-E1070C
	浙江	3208C	5233	X3n	oppo A100	5130XM	5310xm	1682c	SGH-E1120C	GT-E1220
	北京	5233	3208C	GT-C3518	V209	P50L	GT-S3601C	GT-E1080C	2700c	2680s
	河北	5233	5320XM	X3n	5130XM	oppo A100	oppo A90	1202	2700c	5000
	黑龙江	3208C	5233	X3n	GT-S3601C	5130XM	oppo A100	1202	SGH-E1070C	1208
北区	内蒙古	X3n	5233	5320XM	5130XM	oppo A100	GT-S3601C	1202	1682c	1208
	吉林	5233	X3n	5320XM	5130XM	6303c	GT-S3601C	1202	1208	GS100
	辽宁	X3n	5233	3208C	5130XM	GT-S3601C	oppo A100	GT-E1220	1202	GT-E1080C
	山西	3208C	5233	X3n	5130XM	GT-S3601C	oppo A100	1202	1208	2700c
	天津	5233	3208C	X3n	5130XM	BBKI530	KF350	1202	GT-E1088C	1208
	福建	3208C	5233	X3n	5130XM	N6300	oppo A100	1682c	GT-E1080C	SGH-E1120C
	广东	5233	3208C	X3n	5130XM	A312L	GT-S3601C	1682c	2700c	5000
南区	广西	5233	3208C	X3n	5130XM	oppo A90	oppo A100	1202	2700c	1682c
	海南	5233	X3n	3208C	5130XM	GT-S3601C	A312L	2332c	GT-E1220	SGH-E1120C
	湖南	3208C	5233	X3n	5130XM	GT-S3601C	BBKI530	2700c	5000	1202
	江西	5233	3208C	7610s	5130XM	oppo A100	5310xm	1202	1208	1682c
	重庆	5233	3208C	X3n	5130XM	5310xm	7210c	2220S	5000	2700c
	甘肃	3208C	5233	X3n	5310xm	5130XM	GT-S3601C	B920	GT-E1080C	2680s
	贵州	X3n	5233	3208C	7020	5310xm	5130XM	1682c	GT-E1080C	1208
	河南	5233	3208C	X3n	5130XM	5310xm	oppo A100	1682c	GT-E1080C	1208
	湖北	5233	X3n	3208C	5130XM	oppo A100	BBKI530	2700c	2220S	5000
西区	宁夏	X3n	5320XM	3208C	GT-S3601C	5130XM	5132	1680c	1682c	2680s
	青海	3208C	X3n	7610s	5130XM	GNS303	M610T	1202	1208	2700c
	陕西	3208C	5233	X3n	5130XM	A312L	7210c	2700c	1682c	T209
	四川	5233	X3n	3208C	5130XM	oppo A100	N6300	1682c	2332c	E268
	新疆	3208C	5233	GNA320	5130XM	GNS303	GNA3	2700c	1616	2220S
	云南	X3n	5233	3208C	7210c	5130XM	5310xm	2700c	1208	2220S



打造专属“YOU”的精彩

——多普达举办TD新品发布会暨沟通厅欢迎仪式

5月13日，作为上海世博会“EXPO 2010全球青年创新之旅”的合作伙伴，多普达通讯有限公司在外滩游轮上隆重举办了“打造专属‘You’的精彩——多普达TD新品发布会暨‘EXPO2010全球青年创新之旅’沟通厅欢迎仪式”。会上，多普达最新的两款TD智能手机A8188（如意）与A6388（天姿）正式发布。同时，多普达首席执行官陈敬宏先生、多普达首席运营官许伟德先生与上海世博会、“EXPO 2010全球青年创新之旅”、中国移动等相关单位领导莅临出席，共同向现场近百名媒体记者、与会嘉宾发出了体验世博史上首个沟通主题场馆的邀请。

据悉，本次发布的多普达A8188与A6388在共同的中国元素设计风格之外，也都采用Android平台和多普达独有的Sense用户界面，为用户打造最人性化的人机交互环境，可以说是一脉相承的诠释了多普达对于 “以人为中心”的理念。多普达首席执行官陈敬宏先生表示：“多普达一直致力于让每一名消费者都能根据自己的需求和喜好，打造真正专属于‘你’的终端产品。正是‘以人为中心’的Sense理念，将我们与其他厂商的产品区隔开来，为用户带来全新的操控体验。”

多普达A8188与A6388不仅具有独特的中国元素机身外观与直觉式的操作体验，更支持TD-SCDMA的 3G高速网络和WIFI/WAPI，帮助用户在不同的网络环境中自如的完成大量网络操作。作为与中国移动定制的Android平台3G智能手机，多普达A8188与A6388拥有多达30000个网络应用可供下载，并内置大量中国移动定制业务，几乎可以全面满足用户在商务、休闲、社交等各种场景和状态中的需要。特别值得一提的是，多普达A8188支持中国移动手机电视（CMMB）业务，用户能够随时随地的收看电视节目；而A6388的“旗袍”曲线设计与“屏风”等中国传统元素更创新性的与现代工业设计相融合。

作为上海世博会“EXPO2010全球青年创新之旅”的合作伙伴，多普达所赞助的“EXPO2010全球青年创新之旅”沟通厅，进一步的阐述了“你”的概念。在这一以“智能地球，无限沟通”为主题的场馆中，多普达“以人为中心”的理念得到了延续和更为前瞻性的演绎。“沟通厅”以直观、浅显易懂的形式，通过十数个创新体验项目，让每一个“你”都能从感知、网络传递、应用三个层面体验到未来的创新沟通方式，感受到未来城市生活中创新沟通科技的作用。



从现在到未来，秉承“以你为中心”的理念，多普达将专注创新，通过更多优质通信终端产品，打造专属“YOU”的精彩。



“中国风”席卷世博　多普达A6388华丽现身



多普达A6388别名天姿，它拥有别具中国韵味的外型设计，支持TD-SCDMA高速3G网络，配备Sense设计理念和Android智能平台，同时内置丰富实用功能，劲吹时尚“中国风”。

“天姿”多普达A6388的机身被典雅的中国元素所环绕。在机身正面听筒处，代表“屏风”的设计元素，勾勒出手机的和谐、宁静之美。它的屏风设计暗合《史记》“天子当屏而立”及中国传统文化中“非礼勿听”的理念，在不经意间展现用户的自信与儒雅。机身背面则被收身旗袍设计元素包裹得恰到好处。旗袍设计的线条紧致、柔和，让A6388宛如亭亭玉立的江南女子，尽现中国时尚之美。

让人耳目一新的中国元素与A6388的强大功能巧妙结合，满足消费者对手机时尚设计和实用功能的双重需求，充分展现多普达“以人为中心”的理念。A6388搭载Android智能系统，拥有更加人性化的应用功能和强大的第三方软件支持。用户可从30000余第三方软件中随意挑选自己需要的功能软件。为了将Android系统的优势发挥得淋漓尽致，A6388搭配多普达独有的Sense设计理念，包括界面自定义、联系人整合、手机翻转静音、智能拨号、智能搜索等人性化设计。在Sense的帮助下，用户能获得更加直觉化、更简便、更流畅的的使用体验。例如，用户可根据自己的需要将Android系统兼容的丰富软件拖拽、设置或删除，随意定制个性桌面。而在联系人信息管理上，Sense更是别具特色。用户可同步Exchange Server、Outlook上的联系人资料，并通过联系人姓名这个“单一入口”查询丰富信息。

在Android系统所提供的软件之外，多普达A6388还提供了更加丰富的功能选择。作为中国移动定制的旗舰3G智能手机，多普达A6388全面支持中国移动G3各项定制业务，几乎涵盖移动互联网的各种需求。特别是中国移动独有的CMMB服务能够帮助消费者突破时空局限，随时随地欣赏精彩电视节目。此外，借助TD-SCDMA网络或WLAN，用户可体验手机视频通话、用手机直接下载Android软件，还能够实时收发邮件、登陆MSN或QQ......体验无线互联的乐趣。

这款“中国风”智能手机还为用户提供了强大的硬件支持。500万像素摄像头帮助用户随时拍摄生活的精彩瞬间，并立刻上传至微博；GPS模块则为用户清楚显示前方道路提供可能；3.4英寸多点触控电容屏让用户自由放大或虽小网页；A6388的光线感应、重力感应、距离感应等功能同样别具特色。另外，它的600MHz CPU能够为所有操作提供更强大的速度支持。

这款专为中国用户量身定制的“中国风”智能3G手机，不仅展现了多普达在智能终端技术上的领先优势，而且完美诠释了多普达“以人为中心”的经营理念。它提供了根据中国特色的外形设计，更多应用软件满足中国消费者需求，创造了更加人性化的人机交互环境。相信，这股“中国风”将从上海世博会，吹遍全中国。

首款中移动定制 Android 手机

——多普达 A8188“如意”上市



5 月 13 日，多普达最新的 TD 智能手机 A8188（如意）正式发布。这款被命名为“如意”的 Android 智能新机，是多普达旗舰产品 T8388（麒麟）的兄弟机型，同样堪称 TD 手机翘楚。它为精英人士量身定制，支持中国移动 TD-SCDMA/HSDPA 高速 3G 网络，最高可实现 2.8Mbps 下载速度，并集合了 CMMB（手机电视）、视频通话等 3G 应用，具备 500 万像素数码相机、Android 智能系统等强大功能，为你创造更“如意”的沟通环境。

dopod Sense，人性理念不彰自显

dopod Sense“以人为中心”的核心理念在多普达 A8188 上有着无处不在的体现，其炫目而高度人性化界面被很好的延续下来。用户可以设计多种场景供自己更换，真正做到“Make it mine”。

多普达 A8188 更配备有支持多点触控的 3.6 英寸电容式 800*480WVGA 触摸屏，用户在操作时可以直接用手指触摸在图片上，图片会随着手指的滑动和指示放大和缩小，在操作中不断发现意外的惊喜。而当前中国移动主推的 CMMB 手机电视业务，也在多普达 A8188 匠心独到的设计下变得更加人性化，它在背面提供了一个支架，让用户可以将手机放在桌子上看电视。总而言之，“人性化”在多普达 A8188 体现得不着痕迹却又让人处处可以体验。

畅游网络，Android +TD 定制双剑合璧

作为多普达与中国移动联合开发的定制机型，多普达 A8188 集合了包括快讯服务、音乐随身听、139 邮箱、飞信、移动梦网等移动制定业务，并且可以根据使用习惯自行再做分租、设置。另一方面，多普达 A8188 又具有 Android 开放的血统，用户可以在多达 30000 个 Android 软件中自行下载，进一步扩充手机功能。值得一提的是，多普达 A8188 还具有手机钱包功能，用户可以到营业厅更换手机钱包专用 SIM 卡，开通“手机钱包”后就可实现在各种场所的 POS 机上“刷手机支付”，享受方便自如的支付体验。



为了让这些海量的网络应用有一个良好的施展环境，针对当今高端精英人士对移动互联网的高度需求，多普达 A8188 在网络环境上提供了充分的选择。它不仅支持中国移动 TD-SCDMA 的高速 3G 网络，在提供 WIFI/WAPI 网络的场所，亦能自动切换为 WIFI/WAPI 网络，同时 A8188 也可以支持 GSM 网络。可以说，在任何的网络环境下，用户都能找到合适的选择。

硬件方面，多普达 A8188 采用 512MB ROM、384MB RAM 并支持 Micro 扩展槽。此外，多普达 A8188 还配备了自动对焦功的 500 万像素 CMOS 摄像头，内置 GPS 卫星导航模块并支持外接 GPS 天线接口。

作为一款旗舰级的 Android 智能手机，多普达 A8188 集合了多普达、中国移动、Android 平台各自的强项，在各方面都给予用户舒适如意的使用体验，有望在今年春夏之交的智能手机市场再掀风云。



新品天地

诺基亚 X5-01

【规格参数】

网络类型:GSM/GPRS/WCDMA/EDGE/HSDPA
GSM:850/900/1800/1900MHz
HSDPA:850/1900/2100MHz
可选颜色: 粉 黑 黄 绿 紫 蓝
外观样式:滑盖
标准配置:锂电池 充电器



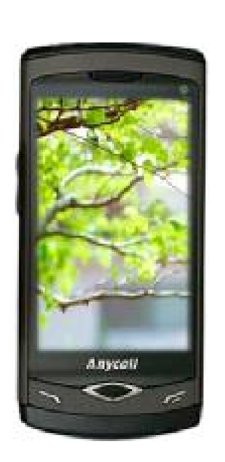
【主要功能】

屏　　幕:26万色触控彩色屏幕 240*320像素 2.4英寸
摄像头:内置 500万像素 CMOS
传感器 4倍数码变焦
支持FM收音机 支持有声视频拍摄
联通定制内建 Wi-Fi 无线上网功能
支持多媒体卡扩展

三星 SCH-F859

【规格参数】

网络类型:CDMA2000/CDMA1X EV-DO
可选颜色:黑色 白灰色
外观样式:直板
体　　积:115*65*11mm
重　　量:113克
标准配置:锂电池 充电器



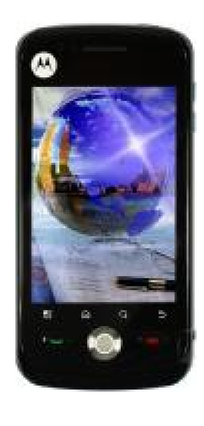
【主要功能】

屏　　幕:一千六百万色Super AMOLED 彩色屏幕 480*800像素 3.3英寸
摄像头:内置 500万像素 CMOS
传感器 支持有声视频拍摄
全触屏电容屏幕 支持Flash播放
支持多媒体卡扩展 支持Java扩展
电子地图 支持AGPS辅助导航

摩托罗拉 XT502

【规格参数】

网络类型:GSM/GPRS/WCDMA/EDGE
GSM:850/900/1800/1900MHz
WCDMA:900/2100MHz
外观样式:直板
可选颜色:黑色
体　　积:115.8*60*13.7mm
标准配置:锂电池 充电器



【主要功能】

屏　　幕:一千六百万色TFT彩色屏幕 320*480像素 3.2英寸
摄像头:内置 500万像素 CMOS
传感器 内置一颗LED闪光灯
支持有声视频拍摄 支持视频播放
多点触屏 电容式触摸屏
支持多媒体卡扩展 GPS导航芯片

新品天地

LG GM360

【规格参数】

网络类型:GSM/GPRS/EDGE
850/900/1800/1900MHz
可选颜色:黑色
体　　积:108*53.1*11.95mm
外观样式:直板
标准配置:锂离子电池 标准电源适配器
数据线 耳机 光盘



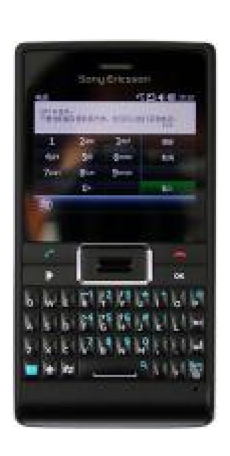
【主要功能】

屏　　幕:26万色TFT 触摸彩色屏幕
240*400像素 3.0英寸
摄像头:内置500万像素 CMOS
传感器 2倍数码变焦 内置游戏
支持视频播放 支持FM收音机
支持WAP浏览 支持Java扩展
支持多媒体卡扩展 支持E-Mail

索尼爱立信 M1i

【规格参数】

网络类型:GSM/GPRS/WCDMA/EDGE/
HSDPA/UMTS
GSM：850/900/1800/1900MHz
HSDPA：900/2100MHz
可选颜色:白色 黑白
体　　积:117*60*12.5mm
标准配置:锂电池 USB接口充电器



【主要功能】

屏　　幕:六万五千色TFT 触摸彩色
屏幕 240*320像素 2.4英寸
摄像头:内置300万像素 支持FM收音机
支持视频播放 支持音乐播放
支持WWW浏览 支持WAP浏览
支持多媒体卡扩展 支持Java扩展
支持AGPS辅助导航 支持E-Mail

酷派 E570

【规格参数】

网络类型:GSM/CDMA2000/CDMA1X
EV-DO GSM:900/1800/1900MHz
CDMA1X:800/1900MHz
CDMA:EVDO 800/1900MHz
标准配置:锂电池 电源适配器 耳机
数据线 擦布 手写笔 屏幕保护膜 用
户手册 保修卡



【主要功能】

屏　　幕:26万色TFT彩色屏幕
240*320像素 2.4英寸
摄像头:内置300万像素 CMOS
传感器 支持数码变焦 支持照片特效
支持视频播放 支持音乐播放
支持有声视频拍摄 全触屏支持电阻式
支持多媒体卡扩展 支持E-Mail



新品天地

ZTE 中兴 X850

【规格参数】

网络类型:GSM/GPRS/WCDMA/
EDGE/HSDPA
GSM:850/900/1800/1900MHz
UMTS:2100MHz
可选颜色:白色 黑色
标准配置:锂电池 充电器 数据线
耳机 说明书 保修卡



【主要功能】

屏　　幕:六万五千色 TFT 彩色屏幕
240*320 像素 2.8 英寸
摄像头:内置 320 万像素 副摄像头
30 万像素 CMOS 传感器 支持自动对焦
有声视频拍摄 电阻式全触屏
支持 WAP 浏览 支持多媒体卡扩展
支持 Java 扩展 内置 QQ

亿通 L5

【规格参数】

网络类型:GSM/GPRS/EDGE
900/1800MHz
体　　积:112*54*14mm
重　　量:127 克
外观样式:直板
标准配置:锂电池两块 充电器
数据线 说明书



【主要功能】

屏　　幕:26 万色 TFT 彩色屏幕
240*400 像素
摄像头:内置 200 万像素 副摄像头
30 万像素 CMOS 传感器 支持音乐播放
支持视频播放 内置游戏
重力感应 振动反馈 图像编辑器
支持 WAP 浏览 支持多媒体卡扩展

夏普 SH81iUC

【规格参数】

网络类型:GSM/GPRS/WCDMA/EDGE
WCDMA 2100MHz
可选颜色:白色
外观样式:滑盖
体　　积:120.3*53.2*17mm
标准配置:锂电池 电源适配器 耳机
数据线 用户手册 保修卡



【主要功能】

屏　　幕:一千六百万色 Mobile ASV 液晶
触控彩色屏幕 480*854 像素 3.5 英寸
摄像头:内置 500 万像素 副摄像头
30 万像素 支持笑脸识别 防抖
支持自动对焦 内置游戏 双网双待
支持多媒体卡扩展 支持 WAP 浏览
GPS 导航芯片

乐语中国　扛起通讯零售行业的整合大旗

乐语中国控股有限公司（NASDAQ：FTLK），是国内领先的移动通讯产品销售服务提供商之一，业务覆盖移动通讯终端产品分销、零售和电子商务三大领域；是一家只用七年时间发展为31亿元资产70亿元销售额的集团公司，是一家只用两年时间完成十例并购和NASDAQ上市的企业。

三次成功的战略转型

七年前，正是国内移动通讯市场井喷式发展的契机。公司选择了三星手机的区域性代理作为企业的创业项目。当三星工厂抛出5万台的买断性采购订单时，面临着巨大的库存资金和快速渠道消化能力的双重挑战，创业团队毅然选择了勇往直前。克服了重重困难，公司获得了分销渠道成功搭建和终端市场火爆销售的双丰收。之后不久，三星公司在天津设厂生产第一款彩屏手机时，公司顺利的成为了其授权的国代商，开始了全国范围内的手机分销业务。从区域代理到全国性代理的升级，乐语的第一次战略转型宣告成功。

在04年下半年，手机分销市场的竞争格局日渐复杂。公司果断做出了重大的调整决策，即取消省代环节，直接供货给地级分销商和零售店。这种缩短渠道环节，直接惠顾分销商和消费者的举措吻合了市场发展的大趋势。公司当年的销售规模从120万台提升到180万，事实证明这一次的转型又获成功。

第三次战略转型发生在07年底。分销业务的操作已经日渐成熟，电子商务的项目已经启动。从产业链中的布局来看，需要有更大市场潜力的业务领域补充进来，同时达到减小风险的目的。公司核心团队的成员在此观点上达成了共识，产业链的发展势必是领先的供应商与领先的零售商之间的游戏。因此，零售业务才是企业未来的发展方向。

思想决定高度

公司未来的发展蓝图不仅仅是给全体员工打的一针兴奋剂，更是为战略投资者带来了无限的想象空间。乐语中国总裁兼首席执行官费东平说：“这个行业缺乏领袖，而我们就要做那个打破格局,重新制定规则的领航者。”

纵观当时国内的通讯零售市场，以国美苏宁为代表的家电连锁、以迪信通为代表的手机专业连锁是两种发展相对快一些的业态，却只占国内30%的市场份额，国内运营商的市场份额也不超过10%，其余每年近2亿部的手机是通过数万家的零售店卖出去的。

除了价格，这些小店的产品和服务均没有优势，家电连锁在产品运作和体验销售方面远不及专业手机连锁，而运营商也没有培养起消费者到营业厅购机的习惯。此外，在现有的专业手机连锁企业中，绝大多数的企业还不具备远程异地管理的能力，没有走出省外，店面数量也不过十几家；难得的两三家全国性连锁企业，也因公司的治理机制、持续的资金注入等问题停滞不前。

如果再仔细盘点一下各种业态的盈利模式，多数还在低价的红海里搏杀，偶有高端产品和专业服务为经营之道者；因此，在这个消费者的真正需求和潜在需求远没有得到满足的市场里，蕴含着巨大的商业机会，也势必酝酿着一场颠覆性的商业变革。

或许真的是应了那句老话，“旁观者清”。与同行相比，乐语所缺少前几年零售实践的劣势却成就了乐语



更加深刻的通讯零售行业发展全局观。

漂亮的整合，成功的上市

正如乐语中国名字中所带有的领袖气质，担负推动商业变革的历史使命成为了必然。乐语中国，扛起了通讯零售行业的整合大旗。

支撑整合大旗的土壤，是充足的运作资金和强大的资本运作能力。这个并不难，乐语所积累的行业经验和所搭建的规范运作体系在投资者眼中已经弥足珍贵。在07年底开始，公司先后获得了海外基金公司9000万美金的投资以及银行2000万欧元的长期贷款。

整合的第一步“收购”，是以闪电的速度进行的。在短短的一年时间内，乐语收购了“协亨”、“冠芝霖”、“国讯”、“飞鸿”、“新亚”、“百老汇”、“中域时代”等七家区域性零售连锁企业。他们是各省内市场份额前两名的龙头企业，都有近十年的发展历史，从门店位置、产品资源、服务质量和品牌知名度等方面来评估，都具有非常好的发展潜力。500家店面，20万平米的经营面积，30万台的月销售规模，乐语一跃成为国内领先的专业手机零售连锁企业。

整合的第二步“管理合并”，则是一个相对系统的工程。从统一财务管理，到统一采购平台，到统一人事管理，再到统一营销管理，统一信息平台。资源的集中带来了成本上的优势，各供应商、各运营商纷纷抛出橄榄枝，竞相给出了好产品、低价格和更多支持。集中管理的好处，最直接的就是能够在各企业间共享经验、取长补短，直接降低学习成本。云南百老汇以手机配件美容为增值服务，创造了高于行业平均30%的净利润水平。而乐语体系内各企业只用了三个月时间便将此项业务推广到了全国。

与此同时，乐语“快乐沟通”的文化理念随着管理合并的推进“随风潜入、润物无声”。七家企业的数千名员工很快认同了开朗阳光的管理团队，很快喜欢上了这个每天都有惊喜发现的新企业。

到2009年下半年，并购整合初见成效。整个公司的员工士气高涨，零售业务的销售量和销售规模数据也一路飙升，实现连续六个月持续增长。

好事总是成双，2009年12月17日，纳斯达克的钟声为乐语而敲响。乐语公司普通股登陆纳斯达克全球市场，并于同日完成公开增发2170万美元。

心有多大，舞台就有多大

2010年1月，乐语中国在北京举行了盛大的品牌发布会，正式推出“乐语”这个零售店品牌，并向公众宣告了乐语的战略蓝图。

据了解，至2010年7月，乐语中国已经在全国成功收购了“协亨”、“冠芝霖”、“国讯”、“飞鸿”、“新亚”、“百老汇”、“中域时代”、“联发”、“亿派”、“金飞鸿”等十个零售品牌，旗下已拥有600家零售店、12000名员工。零售网络已覆盖全国16个省份83个大中城市，卖场总面积近20万平米。

乐语将在两年内发展到2000家零售店面，形成覆盖全国的网络，打造具有“手机销售、周边产品、配件、手机美容、功能应用、售后服务、运营商业务、技术展示”八项业务的全功能店面，倡导“产品和服务的一站式解决方案”。

“我们还将通过收购的方式继续整合国内的通讯零售企业。”乐语中国总裁及首席执行官费东平表示，“没有规模优势的手机零售企业的成本压力越来越大，手机渠道进一步集中的趋势越来越清晰，同时，在金融资本的

推动下，传统的手机连锁行业将迎来整合高峰。”

关于乐语中国控股有限公司

乐语中国控股有限公司(Nasdaq ：FTLK)是国内领先的移动通讯终端产品与销售服务提供商之一。

公司始创于2003年，总资产31亿元。业务覆盖移动通讯终端及周边产品的分销、零售及电子商务三大领域，致力成为移动通讯产品与销售的领导品牌。

公司保持了连续七年稳步增长的发展趋势，年销售规模达到70亿人民币，已经成为国内移动通讯产品最大的分销商之一和最大的专业零售连锁企业。2009年12月17日，乐语中国成功登陆美国纳斯达克全球市场。

乐语旗下零售品牌：

协亨

冠芝霖



国讯

飞鸿



新亚



百老汇



中域时代



联发



亿派



金飞鸿





厂商动态



东芝推出双屏迷你笔记本 挑战苹果iPad

据国外媒体报道，6月21日东芝推出了可做电子阅读器使用的双屏迷你笔记本电脑Libretto W100，挑战苹果的iPad和亚马逊的Kindle。Libretto W100电脑的配置包括：英特尔U5400处理器、2GB DDR3内存、62GB固态硬盘和两块7英寸分辨率为1024*600的触控屏，同时安装微软Windows 7家庭高级版系统。新设备既可作为带键盘软件的传统贝壳式笔记本电脑使用，也可竖起来后做电子阅读器使用。该设备将于8月下旬在日本上市，随后在欧洲、美国和其他市场推出。



山东电信推手机直播世界杯资费：由5元／月调整为1元／月

为满足世界杯期间天翼用户收看需求，中国电信山东分公司日前透露，在世界杯期间，将推出针对3G用户的天翼视讯业务资费优惠业务，优惠期从2010年6月1日至12月31日。用户订购中国电信天翼视讯“全能看”产品包，产品包资费降为1元／月，且赠送50M手机上网流量。



上海移动物联网开创城市智能生活：用户数已超20万

据了解，中国移动的物联网在上海已实现规模发展，用户数已超过20万，“车务通”、远程智能无线抄表、无线视频监控等物联网典型应用得到突出发展，以世博手机票为代表的手机支付、TD-LTE“天线活宝”机器人等物联网最新应用成果成为世博科技亮点，越来越多的市民和世博游客正融入中国移动物联网创新打造的城市智能生活。



中移动今年补贴150亿元发展TD终端

中国移动透露，目前用户使用的TD终端已达800多万部，终端款式超过300种，涉及手机、座机、阅读本、笔记本电脑、数据卡、网关以及各类行业应用专业终端等各个类别，覆盖了高中低各档次。国内外终端企业在TD手机的研发与市场普及方面也做了大量工作。截至2010年3月，中国移动入库的TD手机达119款。中国移动着力统一了TD制式标准、终端规范、测试标准等；同时实施用户购机补贴，去年补贴达到120亿元，今年预计将达150亿元；此外，还在全球范围内设立了总额达6.5亿元的TD终端专项研发资金，与国外9个手机厂商和3个芯片厂商签署了合作协议；更是采取了“不换号、不换卡、不登记”等措施，方便用户更换TD手机，以此推动TD终端发展。



全球手机耳机接口将统一标准

目前，无论中国还是全球其他国家，很多手机和耳机还不能完全通用，用户每次换购手机后，原先的耳机很多不能再使用，还同时增加了消费者的开销和电子垃圾的产生。因此继国际电信联盟去年10月批准关于通用型手机充电器的标准后，昨日，国际电信联盟下属相关部门又决定，正式开展关于手机耳机通用接口标准化的研究，这意味着手机耳机将统一使用国际标准，不同品牌之间的手机耳机完全兼容。据悉，这一系列措施旨在大幅减少废弃的电子垃圾，同时降低能耗，减少温室气体排放。





大唐电信推CMMB手机AirWe TG3008

随着南非世界杯的开幕，随时随地看比赛成为球迷朋友的愿望。针对用户的这一需求，大唐电信推出了一款名为AirWeTG3008的CMMB手机产品。据了解，该手机加入了很多创新的时尚元素，用户设置好功能后只要轻轻一晃，即可实现手机功能的转换；不需任何操作，手机屏幕可以根据外部环境自动调节亮度。它拥有丰富的电视资源，用户可以收看到CCTV-1、CCTV-5、CCTV-新闻等25套电视节目和收听30套广播节目。



中国联通首次明确四季度引入iPhone 4

第4代苹果iPhone手机在全球五个国家的率先发售，让人们对该机国内行货版本的引进充满了期待，同时也让人们对中国联通引进iPhone 4的时间表也有了诸多猜测。昨日，中国联通销售部总经理于英涛在出席“中国营销论坛”时表示，联通版iPhone 4的上市时间为今年第四季度。



酷派与电信合推8款CDMA手机 全面覆盖4系列

近日，酷派携手中国电信一举推出了以酷派N900Smart、D550为旗舰的八款CDMA新产品，全球首创直板双屏PDA、外屏直触折叠手机等创新功能与应用，全面覆盖高中低市场。酷派此次推出的八款新品，全面覆盖了N系、D系、E系、S系四大系列，其中N系列为高端商务智能系列，此次N900 Smart是酷派N系的最新力作；D系列则为高效商务系列，此次推出D550和D23两款；E系列则是年轻娱乐系列，以时尚靓丽外观和丰富的互联网应用为特点，此次推出了E570、E270 、E506三款产品；S系列为大众实用系列，此次共推出S66、S25和S18三款产品，这同时也是酷派四大CDMA产品线的首次集中亮相。



中国电信：引领物联网进入智能应用时代

物联网是一个连接物的网络。它与现有的电信网和互联网是密不可分的。目前我国三大电信运营商已经开始行动起来，在物联网领域积极开展实践与探索，并且取得了丰硕的成果。通过多年的技术研发和实践积累，中国电信在物联网领域取得了丰硕的成果，主要包括智能城市、智能环保、智能司法、智能交通、智能电力等领域的技术应用，涉及工业、农业、交通、物流、电力、金融、环保、医疗、教育等10多个关系国计民生的重要行业。丰富的融合应用方案不但展示了中国电信强大的技术实力，同时也昭示了物联网产业的巨大发展潜力。



中国联通首批千元3G智能手机今日上市

中国联通首批千元3G智能手机上市，响应联通此次行动的将有诺基亚、索尼爱立信、中兴、华为、天语等国内外手机品牌。据悉，此次首批上市的手机价格主要将在800元 -1500元之间，其中包含了索尼爱立信一款新品WCDMA手机。在今年6月初，中国联通副总经理李刚曾对搜狐IT透露，中国联通将从6月起陆续推出一批1500元左右的3G智能手机，中国联通将为这批手机制定相应的终端补贴计划。业内人士分析，首批千元3G智能手机上市后，将促进联通未来3G用户的高速增长。



信息荟萃



海信多款新品亮相天翼3G交易会

中国电信“2010年天翼3G互联网手机交易会”在广东东莞隆重启动。在此次交易会上，海信通信的展区精彩纷呈。超薄时尚、双模双待、高端智能三大系列8款天翼3G互联网手机新品的发布，展现丰富产品线的同时预示海信将全面发力3G市场。其中超薄系列包括纤薄小巧，手感出众的E350，银色典雅、清新圆润的E500，超薄动感、防滑时尚的E300，以及黑色经典、高性价比的C278；双模双待系列则包括专注细节、彰显人性的EG617，超大睿智、配色经典的EG657。除此之，更值得一提的是当属智能手机海信EG968和E90。EG968是海信通信全力打造的一款睿智商务力作。它搭载了Android智能手机操作系统，支持EVDO+GSM双网双待，支持3G+WLAN无线上网。E90同样也搭载了时下最为流行的Android智能操作系统，同时它还采用3.5寸超大的全触控屏幕，无论是影视欣赏、网页浏览还是手机操作，都可以给用户带来最宽广的视觉享受。



联通版技嘉T1028上网本新近上市

技嘉T1028G上网本是新近上市的一款产品，在外观设计上采用棕色主色调，沉稳时尚，10.1英寸的翻转屏是这款机型的亮点，支持手写操作，这款产品采用Intel Atom N270核心处理器，主频1.6GHz，标配1GB DDR2内存和160GB硬盘以及集成Intel GMA 950显示芯片。这款产品内置百兆网卡，支持802.11b/g/n无线协议的同时还支持蓝牙技术，并且该机内置有3G无线上网模块。接口方面，该机设计有3个USB2.0，1个VGA，1个RJ45以及1个ExpressCard扩展卡槽和4合1读卡器。



诺基亚将于年底前推出首款MeeGo手机

7月2日据媒体报道，诺基亚解决方案部门主管透露，诺基亚将于今年年底前推出首款基于MeeGo操作系统的智能手机。MeeGo是诺基亚和英特尔宣布推出一个免费手机操作系统，融合了诺基亚的Maemo和英特尔的Moblin平台。诺基亚上周四宣布，未来的N系列智能手机将全部采用最新研发的MeeGo系统，N8将是最后一款采用Symbian系统的N系列智能手机。



中国移动牵手神州数码推出新款“黑莓”

日前，中国移动通信集团公司、神州数码在上海召开BlackBerry 8910 Curve终端上市发布会，正式在国内市场推出此款终端。这款BlackBerry 8910 Curve智能手机是RIM公司专为中国市场提供的手机终端，拥有强大的电子邮件与记事薄功能，并能与多个办公应用软件实现同步。在卓越的商务功能之外，它外形柔滑、小巧、轻薄，内置的320万像素相机与GPS功能也能满足用户的娱乐需求，能为商业精英带来更美好的移动商务体验。



诺基亚有望在年底前推出LTE终端

7月5日消息，全球第一大手机厂商诺基亚上周与诺基亚西门子共同完成了全球首个800MHz频段上的LTE数据呼叫。这也意味着诺基亚很可能会在年底之前推出LTE终端。目前只有三星的LTE上网卡已经被TeliaSonera在斯德哥尔摩和奥斯陆投入商用，但还没有手机厂商表示会在今年推出LTE手机。





新版联通 iPhone 3GS 含 WiFi 获入网许可

就当我们大家都在期待联通版 iPhone 4 的到来之时，工信部的网站上出现了新版 iPhone 3GS 的身影。通过相关的信息了解到此次全新注册的 iPhone 3GS 有可能是为了弥补 iPhone 4 发布所产生的空缺，因为 iPhone 4 那高昂的售价并不是所有的用户都能接受的。另外了解到此次推出的新版 iPhone 3GS 将在功能方面进行一定的升级，例如加入了大家期盼已久的 WiFi 以及 WAPI 的无线接入功能。而且这个版本的 iPhone 3GS 将会内置 iOS 4 的操作系统，并且其包装盒也会经过重新的设定，而在容量方面将只有 8GB 的版本供大家选择。



富士通、东芝合并手机业务 欲图国际手机市场

6 月 17 日，又一个日本手机厂商合并的传闻终于被富士通和东芝证实，此举宣告两者成为日本第三个调整生产战略的手机生产企业。两公司已经签署了一份合作备忘录，东芝将交付其移动手机业务给一家新公司，富士通持有新公司的大部分股份，新公司将于今年 10 月 1 日正式运作。面对日渐萎缩的本国手机市场以及外国智能手机进入带来的冲击，曾以手机制造为傲的日本手机巨头们相继合并应对时艰。富士通作为日本第三大手机生产企业，终于决心与东芝携手共渡难关。由此，日本手机企业进入全面调整时期。



联通 UPhone 首次曝光：采用全新 UniPlus 平台

联通 UPhone 计划在去年颇受关注，不过当时并没有关于 UPhone 的细节问题，直到近日，终于有媒体曝光了一组联通 UPhone 系统的图片，向我们证实了联通 UniPlus 平台和 UPhone 手机的真实性。据了解，联通 UPhone 还处于研发阶段，软、硬件均未成型，不过目前至少有三家手机厂商在研发联通 UPhone，产品将在今年第三季度至第四季度推出。联通 UniPlus 平台和 OPhone 一样，都是基于 Android 平台开发的，但是联通 UniPlus 相比 OPhone 的 OMS 平台改进更多。联通 UniPlus 平台与 Android 系统十分相似，而在内容方面，除了内置“沃.3G”和“中国联通”业务外，还内置了国内用户经常使用的网络，比如百度、新浪、网页、人人网等，其网络应用的覆盖面较全。其他方面来看，联通 UniPlus 平台似乎与目前主流的操作系统保持了很多相同的风格。



微软 Windows Phone 7 可免费找到丢失电话

据媒体报道，微软正为 Windows Phone 7 设备提供一种名为“找到电话”的服务，该服务可以帮助用户通过地图，铃音，锁死和擦除功能来找到丢失的电话。该功能在 7 月 13 日通过新的 WP 站点启用。这个新站点将为 WP7 用户提供 25GB 的存储空间，另外还可以保存照片，共享 Windows live 日历联系人以及交换文件。



全球首款 3G 会议电话问世

会议电话生产商 Konftel 在 7 月 13 日公布了新款 Konftel300M，这是全球首款为企业量身打造的会议电话。在实现 3G 网络的同时提供与 Konftel 获奖的 300 系列固定电话相同的先进功能，包括 OmniSound(r)2.0。OmniSound 卓越的音频性能可带来上乘的音质，从而实现最高的电话会议效率。预计 2010 年第四季度推出，将成为首款支持 SIM 卡以全面适应如今移动办公室迅速增多的会议电话。



厂商动态

三星智能手机Galaxy S上市三周销量破百万

三星智能手机Galaxy S自今年3月首次在美国无线通信展露面后便引起业界广泛关注，凭借4寸Super AMOLED魔焕炫屏、Android2.1智能系统等高端配置跻身于顶级智能机型行列。此次三周销量破百万的佳绩无疑是其强劲实力的再次印证。目前三星智能手机Galaxy S已与来自110个国家的主要电信运营商达成了合作，并已将在中国的上市时间提上日程。国内用户有望在近期通过三星智能手机Galaxy S抢先感受世界上最先进的智能手机体验。



河北联通开通海上搜救“手机定位”

为了履行好通信行业在海上搜救中的责任，保障人民群众的海上安全，河北联通近日在渤海附近海域开通海上搜救手机定位服务。河北联通联合河北省沿海海事搜救部门编制了《海上搜救手机定位预案》，明确了海上搜救联系号码，建立了搜救电话24小时值班制度，明确了海上搜救程序。今后，河北联通沿海的秦皇岛、唐山、沧州三个市分公司在接到海事搜救部门报警电话后，会在10分钟内迅速分析、处理海事搜救部门提供的遇险者通过相关移动通信设备发出的遇险信息，确定海上遇险人员的位置，明确海上搜救的基点和范围，将位置信息向海事搜救部门报告。



武汉首推“天翼看交通”手机电脑电视 三屏融合

老百姓随时随地打开手机、电脑或电视，即可查看全市实时交通路况视频信息，出行前根据不同交通路况选择最佳的出行线路。这就是中国电信武汉分公司近期推出的“天翼看交通”便民服务。在体验该服务时，记者通过一部MOTOXT800看到了武汉长江大桥、长江二桥、过江隧道进出口、武昌火车站、中山大道等处清晰的交通车流量情况。专家介绍，“天翼看交通”是利用3G无线宽带与互联网宽带融合技术提供的服务，因此方便清晰。中国电信武汉分公司目前在全市的63处主要交通路段设置了摄像头，以无线全球眼业务为基础，同时与公安、交管等进行视频信源合作，获取主要干道的实时交通路况信息，传送至“天翼看交通”视频发布平台。用户可用5种方式“看交通”，其中之一是ITV。另外，手机、电脑各有WAP浏览器和客户端两种方式可用。



苹果App Store两周岁：下载量突破50亿次

迄今为止，App Store应用软件数量累计达25万款，下载两已突破50亿次。苹果于2007年推出iPhone，一年后推出App Store。短期内，市场上跟风苹果的不仅推出大量应用平台，厂商也开始认真考虑发布软件应用商店。Google、诺基亚、微软、惠普、LG及大量公司都致力于类似移动商店的开发。借助移动商店，用户使用手机可浏览、购买游戏及应用。



全球移动用户数日前突破50亿

上周，移动领域又诞生了一个新的里程碑事件：在印度和中国等新兴市场的主要带动下，全球移动用户数量突破50亿。而2000年，全球移动用户总数仅为7.2亿左右，还不足当今中国一个国家移动用户的数量。

“无线化”生活

无线能源听起来还是一个新奇的概念，理想中的无线能源就好似电像空气一样无处不在，人类再也不用受电线的拖累。实际上，近距离的无线供电技术早在一百多年前就已经出现，而我们现在生活中的很多小东西，都已经在使用无线供电。也许不远的未来，我们还会看到远距离和室内距离的无线供电产品，而不会看到电线杆和高压线，"插头"也将会变成一个历史名词。

无线充电概述

电磁感应

目前，通过电磁感应来进行无线供电已经是非常成熟的技术。最为常见的充电垫解决方案就采用了电磁感应，通过初级和次级线圈感应产生电流，从而将能量从传输端转移到接收端。但是电磁感应的无线充电方式会受到很多限制，最主要的是供电距离的限制，收发设备需要有较高的识别能力，由于电磁波是向四面八方辐射而大量散失，因此效率较低，通常它只适合相互"贴着"的小功率电子产品，因此它并非真正意义上的无线充电。

中国本土的比亚迪公司早在2005年就有了基于电磁感应原理的非接触感应式充电器专利。最成功的磁感技术支持者是Powermat公司。这家公司总部在美国密西根，2009年成立，2009年拥有无线充电市场62%的份额，这是该产业中的最大份额。而现在被认为最好的充电器是苹果iPhone的无线充电器"Hug"。

无线电波

这里所讨论的无线电波充电器，是指不通过物理联接就能传送电能，实现为手机、MP3、蓝牙耳机等耗电量相对较小的电子产品充电的目的。事实上，短距离无线充电还可以实现为低功耗无线传感器网络以及病人体内的医用植入设备进行充电。

无线电波充电系统由Powercast公司开发，其称整个系统绝不比一部收音机复杂，而且造价低廉，基本接收装置成本只需5美元。 Powercast称已与生产手机、MP3、汽车配件、体温表、助听器及人体植入仪器等百家公司签署合作协议。尤其是植入人体的仪器，往往需要动手术才可以换电，假如可以使用无线充电系统，电池可用一世。

不可否认，移动电子产品对低功耗的追求为无线充电产品提供了一个广阔的应用空间。而且考虑到Apple、Motorola、LG等著名公司对无线充电技术的关注，相信不久之后，带有"支持无线充电"字样的数码产品就将成为市场的主流。

非辐射性磁耦合共振 - WiTricity

2007年6月，麻省理工大学的物理学助理教授马林·索尔贾希克和他的研究团队公开做了一个演示。他们给一个直径60厘米的线圈通电，6英尺（约1.9米）之外连接在另一个线圈上的60瓦灯泡被点亮了。他们称，在这个系统中无线电力的传输效率达到了75%，所消耗的电能只有传统电磁感应供电技术的百万分之一。当发射端通电时，它并不会向外发射电磁波，而只是在周围形成一个非辐射的磁场，人们不用担心这种技术会对自己的身体和其他设备产生不良影响。



电磁感应无线充电的电子产品

无线充电设备将从今年开始逐渐进入市场，Palm 的产品 Palm Pre 是率先采用无线充电技术的手机，充电的原理是利用电磁感应，其后盖四个角落的小圆圈是将手机吸附在底座上的磁力点，让 Pre 紧紧的吸附于其表面，并可以随意旋转。

Dell 上市的 Latitude 系列笔记本电脑号称为全球第一款具备无线坞站和无线充电架的笔记本电脑，简单来说，这款笔电利用和 Palm Pre 类似的一对电磁线圈，透过电磁场原理来进行充电。换言之，Latitude 能够摆脱一大堆缆线在桌面的困扰。除此之外，无线坞站还可以连结电视和 USB 设备，让你能够透过电视观看网络视频，可说比充电器更加实用。

海尔"无尾电视"是全球首台支持非接触供电系统的平板电视，这款电视采用了与麻省理工学院合作的国际最先进的无线电力传输技术，能够在不借助电线的情况下为电视输送电量，利用"共振"原理实现隔空供电。

这也是无线电力传输技术首次成功应用于电视接收终端，让人们看到无线电力传输（摆脱插头和纷乱的电源线）已经成为可能。更重要的，无尾彩电使用的无线技术均无辐射，所有安全参数均符合国际以及国内的 3C 标准，不仅对人体没有危害，还避免了插拔电源带来的安全隐患。同时采用的 WHDI 无线视频传输技术则实现了电视与高清视频设备之间的信号无线传输。在保证了绝对安全的情况下，无线供电方式将能够有效解决房间布线繁乱、家电位置固定化、居室墙面被插座破坏等问题，为人们的生活提供更多的便利；同时，还将大量节省布线所用的铜、塑料等材料，节约了资源，减少了污染。

无线充电技术的发展预测

iSuppli 公司的数据显示，无线充电器今年将开始以一定的规模出货，之后随着其市场影响增强，出货量将快速上升。在产品专用无线充电方面，预计 2010 年解决方案将增长到 360 万个，而去年只有 20 万个。从明年开始，出货量将急剧增长：2011 年出货量将达到 3100 万个，2012 年上升到 1.018 亿个，2013 年达到 1.742 亿个，2014 年底增长到 2.349 亿个。预计无线充电售后市场的增长同样惊人，五年的复合年度增长率高达 133.4%，到 2014 年总体销售收入将增长 29 亿美元（国际电子商情 2010-06-21）根据 IMS Research 最新分析，全球使用无线充电技术的消费电子产品出货量将从 2009 年的 150 万台，增长至 2019 年将近 10 亿台。(国际电子商情 2010-02-25)

来源：赛诺　作者：赛诺客户服务部门

三大运营商移动支付路径分析

--独乐乐，与人乐乐？

虽然一致看好移动支付的前景，但是由于自身市场定位的不同，三大运营商走出不同的移动支付市场拓展轨迹。

中国电信：开门“做生意”

中国电信手机支付业务目前由集团号百负责开发运营，各省电信及号百公司负责业务推广落地。据集团号百支付积分中心相关人士透露，中国电信的手机支付分为自有账户和非自有账户两种模式。目前中国电信正主推自有账户模式。

今年3月3日，“翼支付”官方主页正式上线，这是中国电信自有账户模式下的全国统一门户，此举也标志着中国电信正式加入手机支付业务的角逐。记者在“翼支付”官方主页上看到，中国电信“翼支付”业务提供远程和现场两种支付方式。若开通远程支付，用户只需用手机号在网站注册便可开通手机支付账户(也称联机账户)远程购物。而在业界最为关注的现场支付方面，中国电信选择了带有RFID功能的专用UIM卡，用户只需到当地营业厅更换UIM卡，便可开通手机钱包(也称脱机账户)，进行现场刷“机”消费。

不过据相关人士解释，目前中国电信的现场支付的技术路径选择上，采取的是兼容并包的态度。业内一直处于探讨阶段的13.56MHzSIM-PASS和2.4GHzRF-UIM技术，甚至NFC技术中国电信一直都在尝试。

对此记者随机采访了一些省电信客服。结果显示：浙江、上海、北京、安徽等市省目前采用的是RF-UIM卡技术，四川采用的是定制手机，而湖南电信客服代表告诉记者“贴片、换卡和定制手机均可以，视各地情况而定”。

一个有趣的细节是，在4月中国移动入股浦发银行后，中国电信与银联就签署了战略合作协议。中国电信总经理王晓初曾表示，银行在业务合作上均持开放态度，根本没有必要收购银行股份开展手机支付。王晓初的话可谓中国电信战略方向的生动注脚。

中国移动：产业洗牌者

由于手机支付的美好前景，中国移动正在逐渐加大在其中的投入。此前申银万国发布的报告预测，2010年将是手机支付的爆发元年。2010年一季度，中国移动射频支付的SIM卡采购量为100万张，世博会后在全国范围内大力推广预期将使全年出货量不低于500万张。

据了解，中国移动已经将手机支付业务列入集团2010年重点推广的核心业务。产品体系方面，中国移动目前已形成了较为完整的产品体系，分为4个产品类别：个人支付类产品、家庭消费类、集团应用类、增值商务类等。

2009年以来，中国移动已相继在上海、北京、重庆等地启动了手机小额支付业务的试点。根据清科研究中心提供的数据，2009年中国移动支付市场的规模约为18亿元，仅相当于中移动一天的营业收入，而全部电子支付市场(5500亿元)，也不过略高于中移动2009年全年的营业收入(4521亿元)。以规模衡量，中移动是跳进浅塘的巨象。从逻辑上讲，中移动更深程度的介入，足以改变移动支付乃至电子支付市场的整个格局。更有专家表示，如果中国移动超过5亿的用户都使用其手机业务，其规模与市场力量是任何一家银行都无法比



拟的。正因为如此，其他阵营的巨头对于中国移动也最为忌惮。

在市场与自身的双重压力下，目前中移动的手机支付策略正在悄然生变，在上海等城市将推行自有标准的手机支付，同时也会考虑对银联标准的兼容问题。这意味着两大手机支付标准阵营冲破原先“老死不相往来”的格局，开始尝试合作。在中国银联的官网手机支付的板块里，“中移动”的名称和LOGO已悄悄加入“手机支付产业联盟”的名单中，且位列最前。

但是，中移动并未彻底放弃RFID-SIM卡，而是提出了“两条腿走路”的方案，即在企业领域使用自有标准,在大消费领域兼容银联标准。同时兼容2.4G与13.56M的终端也已经出现。

中国联通：助力就是定位

对于手机支付，联通实际上还处于摸索之中，一方面，他们近期不断地与各个银行和金融机构签署合作协议，通过WCDMA网络给手机支付业务提供通道和支撑；另一方面，他们也在观望，没有确定今后是否更深地介入电子支付领域。

就在今年6月19日，中国联通与交通银行和中国银联合作，在上海推出了以手机SIM卡实现银行支付功能的太平洋联通联名IC借记卡，这是国内发行的首张SWP-SIM卡。持卡人凭此太平洋联通联名IC借记卡到中国联通网点办理手机支付功能，中国联通将SIM卡上的用户识别号与联通手机号码绑定，并提供优惠套餐等服务。在使用时，持卡人将芯片从卡片上取下，放入联通特制的手机中，可以进行手机通话，也可在带银联标识的POS终端上实现手机非接消费的支付功能，并可通过手机的功能菜单实现芯片卡电子现金余额的查询。该产品在使用时，直接“刷”手机即可完成支付。据悉，交通银行下一步还将与中国联通紧密合作，不断增加功能，并计划尽快向全国推广。

在联通的合作伙伴名单上，还有招商银行、中期集团等等大型金融机构。中国联通集团客户部总经理田文科告诉记者：在这一过程中，联通的定位就是助力，发挥3G和全业务优势，迅速地把3G的各种有价值的应用推送到更广泛的消费者面前。

田文科表示，联通在手机金融服务方面有两个层次的概念：第一是基于银行所做的网银，等于是联通把银行的空间延伸拓展；第二个层次是后台的支付，联通下一步如何支撑手机支付，这个概念联通正在探讨中，因为有支付宝等很多探索者在前面做了大量的工作，联通作为一个大型国企虽然可以推动整个电子商务更加繁荣，但是也会给同行带来很大的冲击，所以联通将如何介入，目前仍在探讨中。

从目前的发展情况看，联通在手机支付领域的“低调”和慎重已经为他们赢得了大量的银行合作伙伴。

作者：吴磊 舒杰 张九陆　　来源：通信产业报

苹果中国25家直营店扩张计划威胁国内代理商

核心提示：苹果旗舰店的规模、专业化程度都让一些代理商感到威胁，他们担心自己的生意会纷纷被苹果旗舰店抢走。

7月10日上午，上海陆家嘴苹果旗舰店。在排了一个多小时队后，从杭州赶来的小杨擦了擦额头上的汗，长舒一口气，与迎候在店门口的苹果店员一一击掌相庆，并从他们手中接过一件苹果免费发放给前5000名顾客的限量版T恤，兴奋地冲进店里。

80台Mac电脑、100部iPod随身听及60部iPhone手机，在他眼前次第铺开。小杨兴奋地抓起一部iPhone，马上给朋友拨了个免费电话："我终于挤进来了，只是乔布斯没有来。"就在苹果上海旗舰店开业的前几天，多个苹果的中国粉丝论坛纷纷传出消息,说苹果总裁斯蒂夫·乔布斯(Steve Jobs)可能亲临上海旗舰店的开幕仪式。这让兴奋的苹果粉丝们迅速从四面八方汇聚而来。

乔布斯最终没有来，但苹果上海旗舰店的开业盛况，还是成为了这个城市的一大新闻。苹果通过各种方式吊足了人们的胃口，无数像小杨一样的苹果粉丝心潮澎湃地涌进这座全玻璃结构的商店。

25家直营店扩张计划

联想董事局主席柳传志最近接受媒体采访时表示，苹果正在丧失中国市场的巨大机遇，因为苹果并没有花太多时间为中国消费者提供服务并理解他们的需求。苹果的iPhone在全球手机市场攻城拔寨后，联想推出了乐Phone，以求分一杯羹。

尽管没有任何迹象显示上海旗舰店是苹果对柳传志所言的回应，但很显然，苹果已经开始展现其在中国市场扩张的欲望。

苹果公司负责零售业务的高级副总裁罗恩·约翰逊在上海旗舰店的开幕仪式上透露，2012年前中国市场将有25家类似的直营店，而苹果在上海的第二家直营店、在香港的首家直营店也将在近期开业。据称，苹果在上海很快就要开业的另一家店，其规模比目前耗资上亿元的陆家嘴店还要大得多。

"近几年苹果产品在中国受到持续追捧，苹果选择在这个时点加大对中国市场的投入，并强化其在大中城市的布点，应该说时机是很成熟的。"易观商业解决方案公司总裁杨彬指出。苹果直营店规模扩张之前，消费者只能通过苹果授权经销商购买其产品。在中国，苹果采取分产品的全国总代模式，即一项产品由某一家代理商做全国总代。

一家苹果代理商的内部人士告诉记者，目前苹果产品在中国共有四家总代理，分别是：北京翰林汇信息产业公司(TCL全资子公司)、四川长虹佳华信息产品公司、佳杰科技(上海)公司和北京方正世纪信息系统公司，他们主要负责销售iPod随身听和Mac笔记本电脑。

而苹果的另一旗舰产品iPhone则由中国联通代理销售。由于谈判旷日持久，iPhone在中国大陆市场的销售比全球市场整整晚了2年。同时，由于没有WIFI及售价偏高，通过各种渠道从国外带回来的"水货"销量则呈爆发式趋势。

渠道层级多

佳杰科技(上海)公司海量部一位与苹果产品相关的人士告诉记者,随着近几年苹果品牌在国内的迅速蹿红，苹果产品的销量持续上升。以MAC笔记本电脑为例，刚进入上海时一个月仅能卖出1000多台，而现在"翻了



几倍都不止”。

在这样的背景下，对苹果产品代理权的争夺日趋激烈。苹果的一位代理商人士告诉记者，以MAC笔记本电脑为例，一台市场售价约1.2万元的苹果笔记本电脑，“总代理商进回来价钱是8000多元，而剩下的4000多元差价都体现在了流通环节”。

但这并不等于说苹果的经销商能舒舒服服地赚走这些差价，由于经销商层级较多且竞争激烈，在层层加价后，每一级经销商的利润也被最终摊薄。

该苹果代理商人士表示，代理苹果产品的利润一直很低，许多经销商都靠卖苹果的配件获得高额利润，“一个成本几块钱的硅胶套，往往能被卖到几十甚至数百元”。

经销商的“五味杂陈”

苹果在中国的销售渠道曾一度给外界混乱的印象，尤其是在2005年，不到一年时间之内，苹果中国区曾三次更换总经理、四度更换全国总代理。

2007年之后，苹果中国明显加强了对零售终端的管理，要求各级经销商向苹果定期汇报，并对销售终端展开频繁检查。此外，苹果还加强了在中国的售后服务体系。

直营店扩张计划，显然意味着苹果正加大其在中国市场的投入，而在一些经销商看来，渠道模式重塑带来的则是“五味杂陈”。

“苹果在中国如此庞大的开店计划，对我们代理商的销售肯定是有影响的。”上述佳杰科技(上海)公司人士告诉记者，苹果直营旗舰店不可避免地和通过代理商渠道销售的苹果产品形成了直接竞争，这在北京、上海这样的一线城市体现得更加明显。

“苹果光在上海就要开3个店，这让我们代理商不得不考虑重新布局自己的业务。”该佳杰科技人士表示，苹果旗舰店的规模、专业化程度都让一些代理商感到威胁，他们担心自己的生意会纷纷被苹果旗舰店吸走。

而北京翰林汇信息产业公司负责苹果代理业务的林小姐则表示，苹果在北京和上海的旗舰店更多的还是承载展示、服务功能，并不能完全取代各级经销商的作用。“样机展示的磨损很大。”林小姐告诉记者，在一些规模较小的经销商那里，用户很难获得足够的机会亲身试用苹果的产品，而这些零星产品展示产生的消耗费用，也会摊薄经销商的利润。

在旗舰店扩张的同时，苹果仍然在增加中国的授权零售商数量，今年第一季度，苹果新增了800家授权零售商，使总数达到了2000家。

“我相信苹果在中国的销售渠道会很快有一些梳理和调整。”杨彬认为，苹果的中国公司应该被授予更多的权力，好让他们能够根据中国市场的实际情况，更好地制定销售策略，“在这一点上，苹果显然还有许多事情要做”。

作者：曾航　　来源：21世纪经济报道

企业文化 将管理故事“神化”

在企业文化建设中，管理故事正反两个方面的激励作用越来越受到人们的重视。如果说经营活动的一个切实行动胜过一打纲领，那么企业文化中一个广为传颂的管理故事同样胜过一打标语。当然，管理故事贵在传颂一种精神，从而通过“神化”在企业文化建设中产生独特的魅力。

每个企业都不乏创业“神话”

正如对于什么是管理众说纷纭，对于什么是企业文化，管理者也是各有各的理解。不过有一点可以肯定，每个初具规模的企业都有自己创业中的故事，当管理者试图用创业中的故事对员工施加影响时，那就是在进行企业文化基因的克隆。自觉地进行企业文化建设需要将一般的管理故事进行加工，使之成为一个“神话”。

国内某机构最近公布了2009年度中国企业文化卓越表现企业名单，其中每一个卓越企业的文化理念，都可以视为一个“神话”。比如吉利集团从“造老百姓买得起的好车”到“造最安全、最环保、最节能的好车”，就实现了一个完美的转身。践行“让世界充满吉利”和“快乐人生，吉利相伴”的理念，从外界传闻、到成为现实，吉利集团的成功跨越颇具有传奇色彩，在企业内部无疑有许多动人的故事。同时获奖的阿里巴巴集团、美的电器股份有限公司等等名企也是一样。

问题在于，企业文化建设应当对自己的管理故事加以积极的利用。惠普在1989年过50岁生日时，搜集了100多个口耳相传的惠普故事，其中最为员工所熟悉的，是公司创办人之一比尔·惠利特与门的故事：一天，惠利特发现通往储藏室的门被锁上了，身上没有钥匙，于是他就用小螺丝刀将门锁撬开，然后在门上留下了一张便条，上面写着“此门永远不再上锁”。这个故事告诉所有的惠普人，惠普是重视互信与规定的企业。IBM公司广为流传的是一个门卫露西的故事：门卫露西的任务是检查人们在进入安全区时是否佩戴了身份标识。一天，董事长沃森违反了这条规定而被露西拦在安全区外，沃森的陪同人员表示不满，但沃森却转身取来了应该佩戴的标识。这个故事的精彩之处在于传播了一条重要信息：即使是董事长也必须遵守企业规章。

毫无疑问，对管理故事的积极利用，需要进行必要的加工，在一定程度上使之成为“神话”。其间对故事里主人公的作用难免有所夸大，这对于发挥管理故事的激励作用十分有益，正如民间神话往往以生活中的英雄人物为模特儿，创造了一些经过夸张的人力奇迹，战胜自然灾害的故事一样。按照马克思的概括，神话是“在人民幻想中经过不自觉的艺术方式所加工过的自然界和社会形态”。为了表达集体的愿望，把一些客观事实演绎成为一种神话是必要的，在企业文化建设中也是一样。尽管企业的创业“神话”只是企业文化的一种朴素形式，同样能反映企业求生存图发展的本能，为员工提供一些应对竞争的办法，从而有利于避免市场风险，延续较好的生存状态。



“神话”的成功激励在于传神

著名演员唐国强在谈到扮演毛泽东的体会中说，拍《长征》时，我扮演的主席一头长发，很清瘦，这是符合历史了，却不符合观众心目中的形象。史料记载，打了大胜仗，主席表现得很平静，但在《建国大业》中，唐国强扮演的主席性格张扬，却符合观众的审美标准。这就告诉我们，神话的“造神”其实是为了神“化”，“化”就是产生激励作用。企业的创业“神话”也是一样，成功的激励在于传神，对员工的行为产生影响。

管理要学会讲故事，已不是什么新发现，只不过这里需要强调传神，即重视企业创新所需要的精神气的凝聚和传承。如果说营销故事的着力点在于品牌，那么企业文化建设中“神话”的着力点就在于传神；营销故事要善于发现“故事”的商业价值，创业“神话”则要产生精神动力。营销故事是要想方设法引导受众的情绪，使之产生购买冲动；创业“神话”则是要让员工明白遇到类似的情况，应该怎样做不应该怎样做。例如上述惠普惠利特与门的故事，是在告诉惠普人应当重视互信与遵守规定。IBM公司门卫露西的故事是在告诉员工不要试图在规则面前搞特殊，即使是董事长也必须遵守企业规章。

创业“神话”的传神，除了故事要有“神”，也要便于“传”。一方面，它的重点不是说理，而是要树立良好的形象，提供一种做事的榜样。天底下没有新鲜的道理。但天底下故事中主人公的形象却可以不断地以新面貌出现，激励一代又一代人。另一方面，它不能满足于管理者单方面灌输，可以用员工喜闻乐见的各种形式表现，以利于口口相传和二次传播。创业“神话”一般有角色、有情节、有人味，不仅是领导人用以分享、传达观点的方式，同时也是企业员工凝聚情感、打造核心竞争力的重要工具。正如哈佛大学历史学家路易斯所指出的那样，故事不仅是领导的工具，也是大家共同的根。企业组织成员从流传的故事中能够感悟企业文化，也因为彼此能够分享共同的故事而使得情感凝聚。

创业“神话”的传神不是迷信，也不是个人崇拜，却需要以信为基础。古人所谓“祭神，如神在”，就是以自己相信神的存在为基础的。创业“神话”的传神要想让员工相信，管理者自己要相信，而且要对善有善报和前途光明做出明确的承诺。创业“神话”于绘声绘色中传情，在出奇不意中达意，要想收到仅靠硬性管理难以达到的奇效，离不开管理者当期的身体力行和信守承诺。在市场的风云变幻面前，当管理制度不可能事先做出规定或者监督难以覆盖时，应该怎样做合适，就需要员工自己做出判断；这时候的所谓“随心所欲不逾规”，就是依靠文化的力量，包括创业“神话”的启迪。企业员工对创业“神话”由信到行，那也是对管理者扬善抑恶能力的一种投票。

企业文化与敬畏之心互为因果

创业“神话”的传神，在企业文化建设中的理想境界是产生一种无形的敬畏之心，其影响力要远远超过其它的表达方式。正因为如此，西方企业管理界有“故事大王”美誉的斯蒂芬·丹宁在《松鼠公司》一书中

强调：能够在正确的时间讲述正确的故事，将成为在新世纪应对挑战和获得成功的重要领导技能。丹宁同时指出，企业故事不仅是在讲述公司的历史，增强员工对公司的认同感，同时也在告诉员工只要努力付出就会有回报。

这样看来，在创业“神话”的传神魅力方面，企业文化与敬畏之心是互为因果的。有个神话可以说明这一点：一个英俊的少年每天都到一个湖边欣赏自己的美貌，他对自己的容貌如此痴迷，以至于在一天不小心掉进湖中溺水而亡。他落水的地方长出了一株花，人们把它称为水仙花。水仙少年死后，山林女神们来到了湖边，发现这个淡水湖变成了一个含有咸味泪水的水潭。“你为什么哭呢？”山林女神问湖。湖回答：“我为水仙少年而哭。”山林女神们不相信：“说到底，尽管我们所有女神总在森林里跟在他的后面奔跑，但唯有你有机会能从近处观看他的美貌。”

“水仙少年长得美吗？”湖问道。“有谁能比你更清楚这一点呢？”山林女神们惊讶地回答道，“他每天都趴在你的边沿欣赏自己的美貌。”湖静默了片刻，最终说道：“我从未注意到他长的很美，我为水仙少年而哭，是因为每次他趴在我的边沿时，我都能从他的眼睛深处看到映出来的我自己的美丽。”这个故事是美的，如果说其中少年的美是创业“神话”的美，那么湖所看到的它自己的美丽则是企业文化的美，两者是相互应证和映照着的。

当然，这并不是说只有当良好的企业文化建设搞好之后才能展示创业“神话”的传神魅力，而是强调两者在诉求上的一致性，不能是两张皮。有关资料表明，上述丹宁的观点已被美国企业主管普遍接受，高级管理人员对MBA的热情正在减退，越来越多的企业开始在专家的帮助下开发有利于企业的故事。为了让管理人员掌握绘声绘色讲故事的技巧，IBM在纽约阿莫克的经理人发展部门专门训练经理人如何讲故事，请来了在好莱坞有15年写作和故事编辑经验的著名编剧奥顿担任顾问。耐克公司在多年前就设立了正式的“讲故事”计划：每个新员工上岗前要听一小时的公司故事，耐克的教育总管因此被称为“首席故事官”。此外，可口可乐公司、美国西部电话公司、壳牌石油公司以及亚美泰公司，也都聘请密西根大学商学院教授诺尔·迪奇授课，以类似的方法来培训经理人。

展示创业“神话”的具体做法我们还可以列举出很多，以资借鉴；但重要的是在企业文化与敬畏之心的确立之间实现良性互动，而不必东施效颦。否则，管理者如果说一套做一套，创业“神话”的文过饰非往往适得其反。

摘自：中华管理传播网

http://manage.org.cn



经典营销寓言

营销寓言系列之一：白雁落网

白雁经常聚集到湖边，许多白雁常在那里挑选合适的地方栖息。雁群头领还安排了一只白雁守夜放哨，看见有人来了就鸣叫报警。

湖区的猎人熟悉了白雁的生活习性。一到晚上，他们就有意点亮火把。放哨的雁看见了火光，就嘎嘎地叫了起来，猎人又把火弄灭了。等到雁群受惊飞起来时，什么动静也没有了，雁群又放心地落回原处休息。这样反复三四次后，群雁以为是放哨的雁有意欺骗她们，就都去啄它。

这时，猎人举着火把向雁群靠近。放哨的雁怕群雁啄它，不敢再叫。酣睡中的雁群被猎人一网捕捉，没有一只逃脱。

点评：任何一个企业都会面临着市场的考验，当竞争对手第一次试探的时候，企业建立起的预警系统——“放哨的白雁”起到了作用，企业严阵以待，却不见对手有什么反应。但是经过反复试探之后，连企业自己也逐渐放松了警惕，致使竞争对手一战而胜。

营销寓言系列之二：模仿的猴子

一个人想做一套家具，就走到树林里砍倒一棵树，并动手把它锯成木板。这个人锯树的时候，把树干的一头搁在树墩上，自己骑在树干上；还往锯开的缝隙里打一个楔子，然后再锯，过了一会儿又把楔子拔出来，再打进一个新地方。

一只猴子坐在一棵树上看着他干这一切，心想：原来伐木如此简单。

这人干累了，躺下打盹时，猴子爬下来骑到树干上，模仿着人的动作锯起树来，锯起来很轻松，但是，当猴子要拔出楔子时，树一合拢，夹住了它的尾巴。猴子疼得尖声大叫，它极力挣扎，把人给闹醒了。最后被人用绳子捆了起来。

点评：日本企业是靠模仿欧美产品起家的，但是他们在模仿中有创新，这就促成了日本经济30年的兴旺。我国许多企业生产的产品是模仿欧美企业的，但是我们在模仿中没有创新，所以如今电视、DVD等许多产品的核心技术不在我们手中，这就像猴子的尾巴，一不小心就被树夹住，由此可见，模仿固然重要，但创新更为关键。

营销寓言系列之三：教授与疯子

一个心理学教授到疯人院了解疯子的生活状态，一天下来觉得这些人疯疯癫癫，可算大开眼界。想不到准备返回时，发现自己的车胎被人下掉了。“一定是哪个疯子干的！”教授这样愤愤地想道，动手拿备胎准备装上。

事情严重了。下车胎的人居然将螺丝也都下掉，没有螺丝有备胎也上不去啊。在教授一筹莫展，着急万分的时候，一个疯子蹦蹦跳跳地过来了，嘴里唱着不知名的欢乐歌曲，停下来问发生了什么事。

教授懒得理他，但出于礼貌还是告诉了他。疯子哈哈大笑说：“我有办法！”他从每个轮胎上面下了一个螺丝，这样就拿到三个螺丝将备胎装了上去。

教授惊奇之余，大为好奇：“请问你是怎么想到这个办法的？”疯子嘻嘻哈哈地笑道：“我是疯子，可我不是呆子啊！”

点评：其实世上有许多的人，由于他们发现了工作中的乐趣，总会表现出与常人不一样的狂热，让人难以理解。企业老板的职责之一，就是要把营销团队里的疯子找出来。

营销寓言系列之四：弥勒佛与韦陀

去过庙的人都知道，一进庙门首先是弥陀佛笑脸迎客；而在他的北面则是黑脸的韦陀。但相传在很久以前他们并不在同一个庙里，而是分别掌管不同的庙。

弥乐佛热情快乐，所以来的人非常多，但他什么都不在乎，丢三拉四，没有好好的管理账务，所以依然入不敷出。而韦陀虽然管账是一把好手，但成天阴着个脸，太过严肃，搞得人越来越少，最后香火断绝。

佛祖在查香火的时候发现了这个问题，就将他们俩放在同一个庙里，由弥乐佛负责公关，笑迎八方客，于是香火大旺。而韦陀铁面无私，锱珠必较，则他负责财务，严格把关。在两人的分工合作中，庙里一派欣欣向荣景象。

点评：其实在用人大师的眼里，没有废人，正如武功高手，不需名贵宝剑，摘花飞叶即可伤人，关键看如何运用。




EXPO 2010
全球青年創新之旅
YOUTH INNOVATION
dopod
多 普 达
EXPO2010全球青年创新之旅项目合作伙伴

